



Gender Insight Report 2023

2023年11月

目次

要旨	4
はじめに	6
より良い世界のためのベンチマーキング	6
評価方法の概要	7
評価プロセス	8
重要な調査結果	9
重要な発見1: 男女平等に関する実績は悲惨である。ほとんどの企業で、女性の割合は低く、女性の懸念は聞き入れられない。	9
重要な発見2: トップ企業は、男女平等と無報酬介護への対応に関する公的コミットメントにおいて、同業他社を凌駕している。	11
重要な発見3: 企業は育児休暇を、すべての従業員の権利ではなく、一部の従業員に提供される福利厚生として扱っている。	13
重要な発見4: ほとんどの企業は、職場における暴力やハラスメントを公的に禁止しているが、それを防止し是正するための措置を講じている企業はごくわずかである。	15
重要な発見5: サプライヤーは、人権とジェンダーに関する購買企業の期待に応えるために、より多くの支援を受けるべきである。	17
ジェンダー評価結果	20
男女平等に関する1,006社の評価	20
ジェンダーベンチマーク結果	24
ジェンダー平等に関する112社の詳細評価	24
セクター別評価結果	26
アパレルセクター	26
評価結果	27
トレンド	29
食品・農業セクター	30
評価結果	30
トレンド	32



今後の予定	34
Community of Practice	34
Collective Impact Coalitions	34
来年、さらなるinsightを発表予定	35
WBAのソーシャル・ベンチマーク	35
アネックス	36
謝辞	71
参考文献	72



要旨

2021年、ワールド・ベンチマーキング・アライアンス(WBA)は、アパレル業界の35社を評価した初のジェンダー・ベンチマークを発表しました。今年はさらに範囲を広げ、世界80カ国以上、10業種にまたがる1,006社を対象に、ジェンダー平等推進への取り組みを評価した。さらに、「ジェンダー・ベンチマーク」では、アパレルと食品・農業という、サプライチェーンの労働力の約40~60%を女性が占める2つのセクターの112社を深く掘り下げている。このように、規模と深さの両面から評価を行うことで、民間セクターがジェンダー平等を推進するためにどのような取り組みを行っているかをより深く理解することができる。

全体的に厳しい状況であることがわかった。評価対象となった1,006社の平均得点は17%。最も高得点を獲得した企業でも50%を超えるのがやっとで、12%の企業はすべての指標で0点となっている。女性が働く職場において、女性はあまりに頻繁に存在感を示さず、耳に届かず、目にも見えない。2015年、ジェンダー平等に関する持続可能な開発目標(SDG)5は、意思決定のあらゆるレベルにおいて、女性の完全かつ効果的な参加とリーダーシップの機会均等を確保するという目標を設定したが、2030年の期限まで半分以上あるにもかかわらず、リーダーシップのあらゆるレベルにおいてジェンダー・バランスを維持している企業はわずか3社しかないことがわかった(重要な発見1参照)。

このような劣悪なパフォーマンスにもかかわらず、成績上位企業による優れた実践例や透明性のある情報開示は、私たちに希望を与え、同業他社にジェンダー平等への道筋を示す一助となる。業績下位の906社と比較すると、アセスメントの上位100社は、2つの分野で際立っている。ほとんどの企業は、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントをトップレベルで公約し、ファミリー・フレンドリー方針を通じて女性の無報酬の家庭内育児・介護労働問題に職場として対処している(重要な発見2参照)。

無報酬の育児・介護労働とその不平等な分配は、女性の平等な職場参加にとって最大の障壁のひとつであるため、この2つ目の側面が鍵となる。しかし、この問題に取り組んでいる企業は多くない。その代わりに、国の育児・介護休暇政策に大きく依存しているが、これは不十分であったり、存在しないことが多い。グローバルな育児・介護休暇制度を導入している企業は、1,006社のうち3分の1程度にすぎず、すべての企業の親が等しくこの権利を享受できるようになっていない。これらの方針がグローバルなものであっても、多くは国際労働機関(ILO)の基準を満たしていない。女性が不釣り合いに負担しているこの無報酬の育児・介護労働を認識し、評価するためには、企業は、出産する母親に焦点を当てるだけでなく、男性や他の育児・介護者がより多くの責任を負うことを可能にする、家族に優しい方針を導入する必要がある(主要な発見3参照)。

女性が活躍できる職場を作ることは、職場の安全を確保することでもある。しかし、5人に1人以上が職場で暴力やハラスメントを経験している。安全な職場環境づくりは、職場での暴力やハラスメントを禁止する方針を持つことから始めることができるが、単にそれだけで終わることはできない。今年評価された1,006社のほとんどは、こうした禁止方針を定めていることを開示しているが、是正プロセスについて詳細を開示している企業はごくわずかである。明確な是正措置や被害者に焦点を当てたの支援がなければ、これらの方針はチェックボックスにチェックを入れるだけで、最も弱い立場の人々を守り、暴力やハラスメントの発生を未然に防ぐことはできない(主要な発見4参照)。

今年の「CHRB(企業人権ベンチマーク)」でも評価対象となったアパレル・セクターに注目し、ファッション・ブランドがサプライ・チェーンでどのように男女平等を推進しているかを詳しく見てみると、私たちは、格差や権力の非対称性がわかる。



COVID-19が世界のサプライチェーンを混乱させたとき、多くのアパレル企業はすぐに発注を減らし、サプライヤーへの支払いを遅らせたり、差し止めたりした。このような力の非対称性は、人権やジェンダーの平等に関しても、契約上の合意に顕著に表れている。企業はサプライヤーにジェンダーと人権について高い期待を寄せる一方で、責任ある購買慣行を通じてそれを満たすための支援はほとんど提供していない([主要な発見5参照](#))。

1,006社を対象とした今年のジェンダー・アセスメントと112社を対象としたジェンダー・ベンチマークの結果は、潘基文(パン・ギムン)前国連事務総長の言葉を借りれば、「ジェンダーの平等は依然として現代における最大の人権課題」であることを明確に示している¹。しかし、私たちはこの調査結果が、ジェンダー不平等に正面から取り組む意欲をそぐものでないことを願っている。その代わりに、私たちは、意欲的かつ協調的な行動をとり、企業のアカウンタビリティを強化し、誰一人取り残さないようにするために、すべての関係者を導き、鼓舞するために、このデータ、分析、優れた実践例を公表する。

本報告書の最後のセクションでは、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントに関する前進を加速させることを目的とし、WBAが開始した活動について概説している。来年予定されている活動としては、1,006社を対象とした本アセスメントから得られたより詳細な洞察や、さらに1,000社を対象としたジェンダー・アセスメントの第2弾のほか、専用のCIC(Collective Impact Coalition)とCoP(Community of Practice)、初のSocial Benchmarkの立ち上げなどがある。

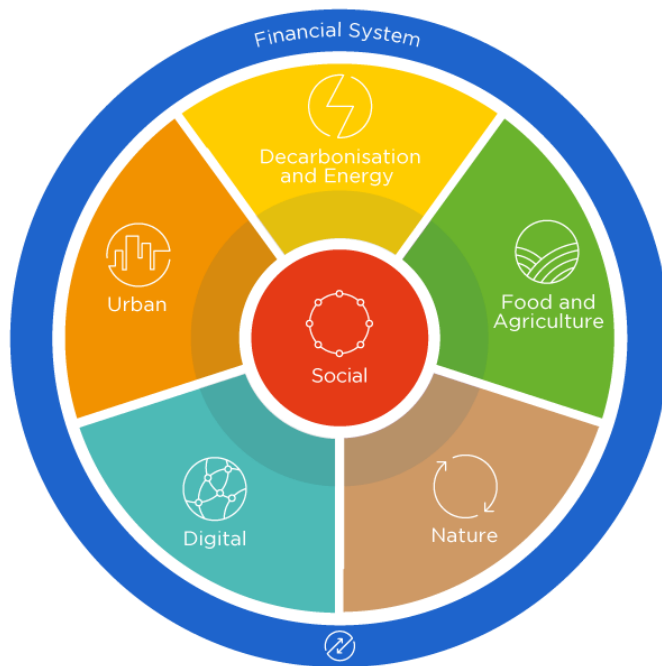


はじめに

より良い 世界のためのベンチマーキング

World Benchmarking Alliance (WBA) は、SDGs2000と呼ばれる世界で最も影響力のある企業2,000社に、持続可能な開発目標 (SDGs) 達成に向けた説明責任を課すため、無料で一般公開されるベンチマークを開発する非営利団体である。私たちのベンチマークは、私たちの社会、地球、経済をより持続可能で強靱な軌道に乗せるために必要な7つの変革に根ざしている (図1参照)。

図1: WBAの7つのシステム変革



SDGsの「誰一人取り残さない」原則に従い、social transformation (社会変革) はこの7つのシステム・モデルの中心に位置し、WBAのすべてのベンチマークに社会課題への取り組み (Social Benchmarkの評価) を組み込んでいる。社会変革は、企業がより平等で、包摂的で、公正な社会に貢献し、すべての人のために機能する世界を創造することを目指している。WBAは、最も影響力のある2,000社のすべての社会的課題に関するパフォーマンスを規模の観点から総合的に評価する一方で、より詳細な評価のために (特定のセクターに焦点を絞って) CHRとジェンダーにもスポットライトを当てて評価している。

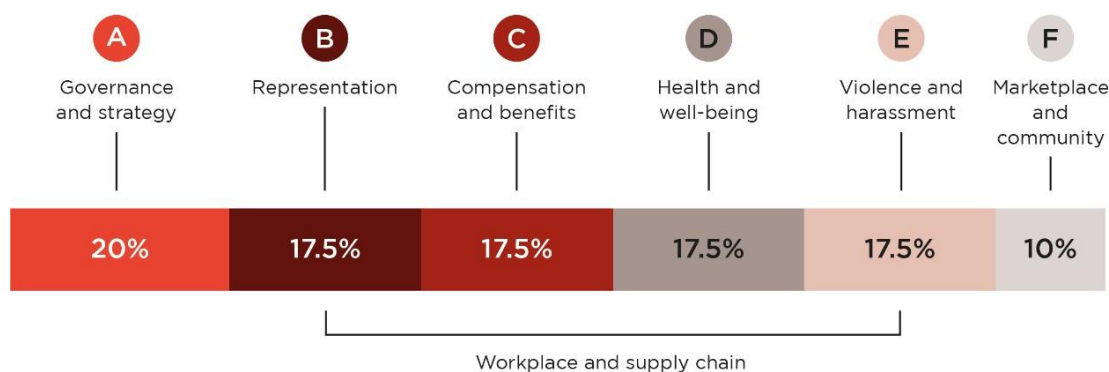
ジェンダー平等は社会変革の基本であり、この分野で針を動かすことは、SDGsを支援する触媒的变化を促進する可能性を秘めているからである。社会変革を支援するスポットライト・ベンチマークであるジェンダー・ベンチマークは、ジェンダー平等を尊重し推進する企業を評価し、インセンティブを与える取り組みにおいて、二重のアプローチをとっている。評価の一部は規模に重点を置き、SDGs2000企業にジェンダーベンチマーク手法のサブセットを適用し、もう一部は深さに重点を置き、ジェンダー平等にプラスとマイナスの両方で大きな影響を与えることが確認されている2つのセクター、アパレルと食品・農業に評価方法を完全に適用する。

評価方法 まとめ

2021年、WBAは第1回ジェンダー・ベンチマークを発表し、当初はアパレル企業35社のバリューチェーン全体にわたるジェンダー平等に関するパフォーマンスを評価した。ベンチマークの発表後、様々なステークホルダーからのフィードバックに応え、様々なセクターにわたり、より多くの企業を評価することになりました。この拡大を促進するため、私たちはジェンダー・ベンチマーク評価手法の包括的な改訂を行い、2023年4月に発表しました。この評価方法は、文献レビュー、地域およびマルチステークホルダー協議を通じて募集されたフィードバック、および公開協議からなる3段階の協議プロセスから生まれたものである。

総合的なアプローチにより、ジェンダー・ベンチマークに参加する企業は、ガバナンスと戦略、representation(リーダー的職位の代表)、compensation and benefits (給与と福利厚生)、health and well-being (健康と生活保証)、暴力とハラスメント、市場とコミュニティの6つの評価分野にわたって評価される。これらの評価領域は、バリューチェーン全体にわたる企業のコミットメント、パフォーマンス、行動の側面を見るものである。また、ステークホルダーの優先順位に沿った包括的な枠組みを確保するため、各評価分野に重み付けを行いました。評価分野の概要とそれぞれの重み付けを図2に示す。

図2: ジェンダーベンチマークの6つの評価分野とその重み付け



4つの評価分野(B~E)は、さらに職場とサプライチェーンの指標に分けられ、それぞれのバリューチェーン構成要素は、B~Eそれぞれのテーマ内で8.75%を占める。各バリューチェーンの構成要素を合計すると、総合得点の35%を占める。さらに10%が市場とコミュニティの評価分野に割り当てられ、この2つのバリューチェーン構成要素が総合スコアの5%を占める。企業の総合得点は、各評価分野の得点を合計したもので、最高得点は100点となる。

これら6つの評価分野は30の指標に分かれている。これらの指標は、アパレルセクターと食品・農業セクターにおける最も適切なジェンダー関連の懸念を扱っているが、多くの指標は分野にとらわれない。各指標は、各評価分野内で均等に重み付けされている。職場とサプライチェーンの差別化がある評価分野では、指標はそれぞれのバリューチェーン構成要素の8.75%の加重の中で均等に配分されている。

今年のジェンダー・ベンチマークでは、アパレル、食品・農業セクターの112社に対して、バリュー・チェーン全体にわたるジェンダー平等のパフォーマンスについて、より詳細な評価を提供する評価方法が適用された。今年のジェンダー・アセスメントに含まれる追加894社は、サプライ・チェーンに関連する要素も一部含まれるものの、主に自社事業に焦点を当てた評価方法のサブセットに対して評価された。

ジェンダー・アセスメントで評価された企業は、評価方法全体で見て最高で100点満点中52.3点を獲得する可能性がある。

リサーチ プロセス

2023年3月から10月にかけて実施されたジェンダー・ベンチマークとジェンダー・アセスメントの対象企業についても、同じ調査プロセスが踏まれた。第1段階として、調査チームは企業のウェブサイト、方針、一般に公開されている報告書を確認し、ジェンダー・ベンチマーク手法の関連指標に対するパフォーマンスについて評価案をまとめた。次に、評価草案が企業と共有され、レビューが行われた後、エンゲージメントフェーズに入る。企業はまた、調査チームが検討するために、一般に入手可能な追加情報を提供するように求められる。第2段階では、調査チームは企業から送られたフィードバックを検討し、評価を確定する。

今年のジェンダー・アセスメントに参加した1,006社は、評価方法のサブセットに対して採点されましたが、ランキングは、2023年ジェンダー・ベンチマークを構成する評価方法全体に対して採点された112社に対してのみ作成されました。今年のベンチマーク・ランキング、詳細な企業スコアカード、2023年ジェンダー・ベンチマークと2023年ジェンダー・アセスメントの全データセットは、当社のウェブサイトでご覧いただける。

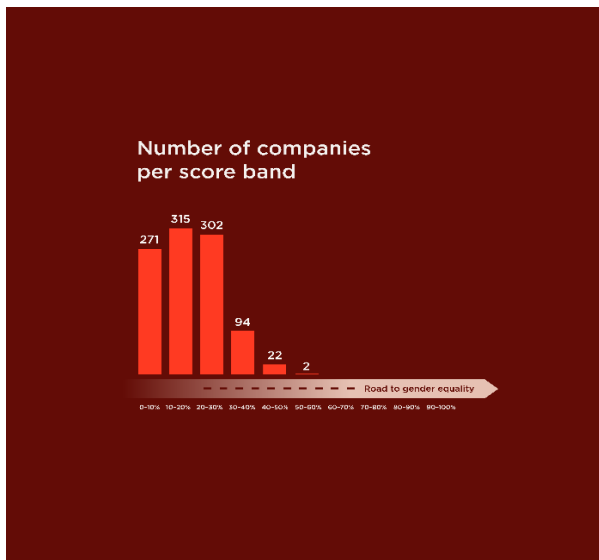


重要な調査結果

今年のジェンダー・アセスメントは1,006社を対象とした大規模なものであったため、民間企業の男女平等への取り組みについてより深い洞察を得ることができた。この結果は、私たちにはまだ長い道のりがあることを示しているが、一部の企業は、職場において、女性が平等に見られ、声を聴かれ、参加できることを保証されるように、正しい方向に向かっている。

重要な発見1: 男女平等に関する実績は悲惨である。ほとんどの企業で、女性の地位は低く、女性の懸念は無視されている。

図3: 1,006社の総合業績



職場における男女平等の推進に向けた数十年にわたる努力にもかかわらず、世界で最も影響力のある1,006社を対象とした我々の評価では、目標到達までにまだ長い道のりがあることが示された。平均得点は100%満点に対してわずか17%で、123社(12%)がゼロを獲得し、男女平等を推進するための企業行動を示すことができなかった。また、50%をわずかに超えた企業は、EniとHPEの2社のみである。

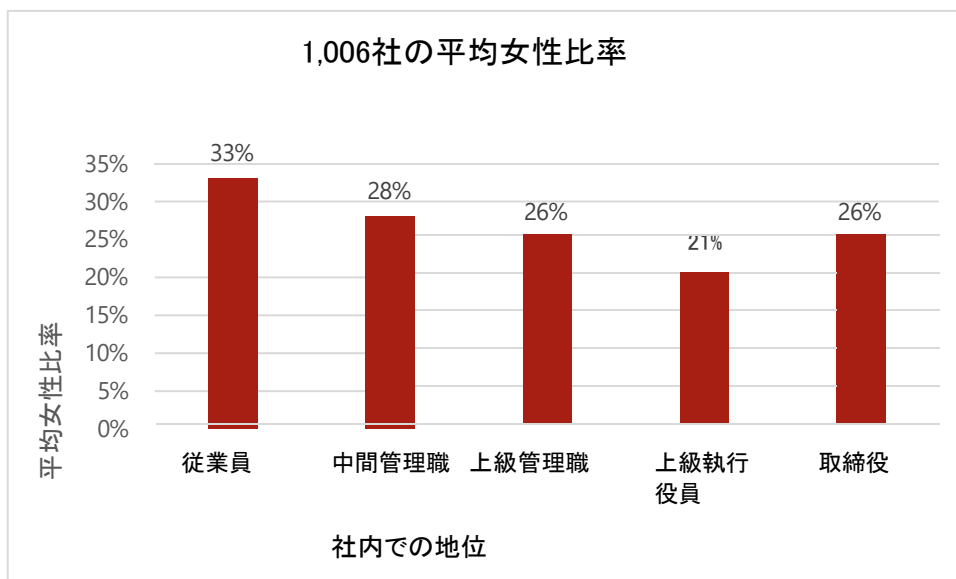
リーダーシップにおける女性の代表は、長年にわたって最も注目されてきたテーマのひとつであるが、管理職、上級管理職、上級役員、取締役の4つのすべてのリーダーシップ・レベルにおいてジェンダー・バランス(40~60%)を達成しているのは、Bristol Myers Squibb、Gap、Sodexoの3社のみである。

このデータを開示している747社のうち、少なくとも1つのリーダーシップ・レベルにおいて女性の割合が低い企業は83%、4つのレベルのリーダーシップすべてにおいて女性の割合が低い企業は44%であった。

さらに、66%の企業が、女性従業員の割合に対する女性中間管理職の割合の低下を示しており、昇進への障害に直面している。これは、弱いパイプラインを作り出し、管理職の女性がシニア・リーダーへの道を歩むのを遅らせる。その結果、72%の企業で、上級管理職に占める女性の割合が従業員の割合より低くなっている。



図4:1,006社のリーダーシップにおける女性代表の概要



格差はC-suite(経営幹部)においてさらに拡大し、上級管理職に占める女性の割合は平均21%に過ぎず、132社(13%)が、会社の運営と収益性を担う最高レベルの役職に女性が就いていないと回答している。取締役会に占める女性の割合は、法律や[30%クラブ・キャンペーン](#)などのイニシアチブの後押しがあつてか、全体の平均は26%とやや高いものの、それでも79社(8%)が女性取締役がいないと回答している。サプライチェーンに関しては、指導的立場にある女性の数は非常に不透明で、この情報を開示しているのは3社のみである:Gap、Hennes & Mauritz (H&M)、VF Corporationの3社のみである。

キャリア開発プログラムへの参加率、昇進率、欠勤率など、キャリアアップに影響を与えるデータをもっと可視化しなければ、企業はパイプラインにおける男女不平等に対処することが困難になる。このような重要な指標がなければ、企業はなぜ女性が昇進できないのかについての洞察が乏しくなり、したがって機会均等を図ることが難しくなる。

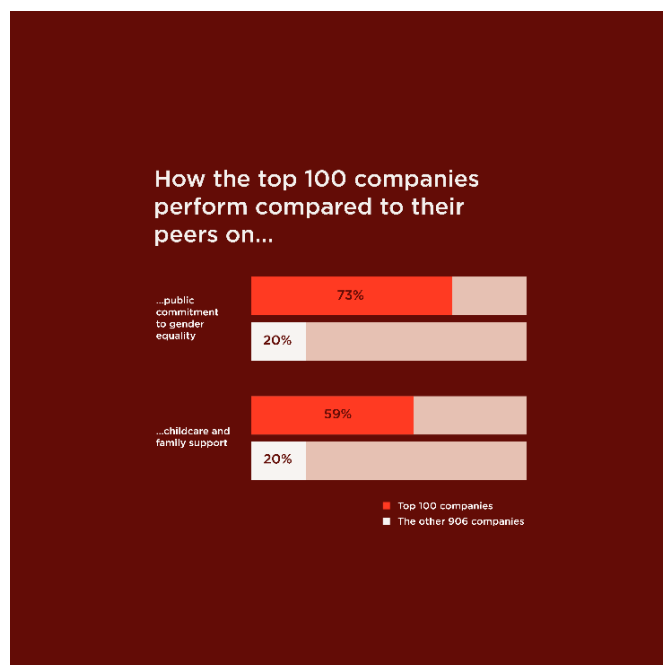
また、差別、ワーク・ライフ・バランス、評価、報酬といったトピックにまつわる従業員の経験と切り離されていることも、この評価における企業のパフォーマンスを妨げる障害となっている。従業員アンケートやその他のエンゲージメント・メカニズムで、男女平等に関連する事項を特に尋ねている企業はわずか3%しかない。さらに、66%の企業が、従業員が会社に関する苦情や懸念を申し出るための苦情処理メカニズムを設けているが、女性からの苦情報告件数をモニターしていることを公表している企業はわずか2社(: Grupo Bimbo、Nan Ya Plastics Corporation)に過ぎない。調査結果や男女別に集計された苦情データの助けを借りることで、企業は社内で女性が直面する制度的問題をよりよく理解できるだろう。

今年、ジェンダー平等に関するSDG5を含むSDGsの実施における中間点を迎えたが、2015年に設定された目標にはまだ程遠い。[世界経済フォーラムのグローバル・ジェンダー・ギャップ・レポート](#)によると、ジェンダー平等の達成にはあと131年かかるという。民間セクターは進展を加速させる上で重要な役割を担っており、一部の企業(重要な発見2を参照)は、ジェンダー平等に関する大胆なコミットメントと包括的な行動が可能であることを実証している。しかし、女性が平等な立場で席に着き、従業員の懸念に耳を傾けることができるよう、企業が壊れた女性の足場を修復しない限り、男女平等は手の届かないところにとどまるだろう。



重要な発見2: 男女平等と無報酬の育児・介護への対応に関する公的コミットメントにおいて、トップ企業は同業他社を凌駕している。

図5: 上位企業の同業他社との比較



私たちの評価結果は、全1,006社が男女平等を達成するには長い道のりがあることを示しているが、上位100社が他よりはるかに優れた業績を上げている2つの重要な分野がある。このような業績の良い企業は、職場の女性が成功できるよう、同業他社を励ますことができる。

男女共同参画に取り組む企業は、女性の権利を尊重する責任を認識し、男女共同参画を達成するために適切な戦略的行動をとる。ほぼ4分の3が(評価対象の上位100社のうち73%)が男女平等と女性のエンパワーメントに公約しているのに対し、下位906社ではわずか20%だった。このコミットメントは、ジェンダー平等をダイバーシティ、エクイティ、インクルージョンのチームだけに追いやるのではなく、会社全体の優先事項として確立するための、トップからの方針徹底の第一歩とみなすことができる。

ジェンダー平等を企業に確実に浸透させるために実施されている政策や慣行の多くはボトムアップ的なものであるが、「ビジネスと人権に関する指導原則(UNGPs)」²のジェンダー側面には、企業は最高レベルの公の声明を通じてジェンダー平等へのコミットメントを表明すべきであると述べられている。企業がジェンダー平等に対するこのハイレベルな公的コミットメントを行う1つの方法は、CEOが女性のエンパワーメント原則(WEPs)に署名することである。このアジェンダに公にコミットしている257社のうち、その多く(86%)はWEPsの署名者になることでコミットしている。公的なコミットメントは、ジェンダー平等のような問題に対してスタンスを取る簡単な方法のように見えるかもしれないが、ステークホルダーが、その話を実行する責任を企業に負わせることで、企業が精査されやすくなる可能性もある。

また、上位100社が下位906社を大きく上回っているのが、育児・家族介護支援である。業績上位企業の半数以上(59%)が育児・家族介護支援を行っているのに対し、業績下位企業では20%にとどまっている。子ども、高齢者、障がい者など、どの社会でもケアが必要だが、この責任は女性に偏っていることが多い。女性は男性に比べ、無報酬の育児・介護労働の総量の4分の3を担っている。³ 育児・介護責任を負う人は、労働時間を減らすか、完全に離職するかというジレンマに直面することが多く、結果的に男女平等の進展を妨げている。

企業は、女性だけでなくすべての育児・介護者が負う無報酬の育児・介護義務を軽減し、これらの仕事が共有責任となるよう支援する上で、大きな役割を果たすことができる。その方法のひとつが、全従業員に柔軟な勤務形態を提供することである。2020年、COVID-19の大流行により、多くの企業がリモートワークやフレックスタイム制を導入した。現在も多くの職場で利用可能な選択肢であり、無償の育児・介護責任に対処するもう一つの方法である。柔軟な働き方は、上位100社が同業他社を上回っている分野でもある。業績上位企業の4分の3(75%)が従業員に柔軟な勤務形態を提供しているのに対し、残りの企業では33%にとどまっている。柔軟な働き方は、従業員が働く時間や場所をより自由にコントロールできるようにするもので、仕事と介護を両立させている女性にメリットがある場合が多い。この指標は、男女ともにこの制度を利用しているのか、それとも女性が不釣り合いにフレキシブル・ワーク制度を利用し、介護責任の大半を担っているのかを明らかにする重要な指標である。⁴

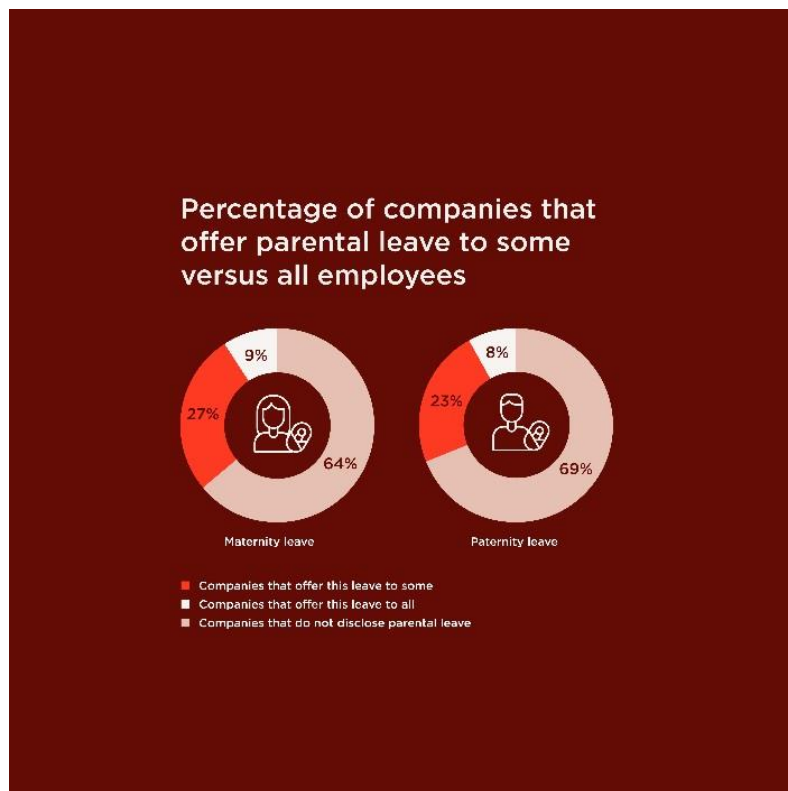
この結果から、すべての企業が得られるものがある。同業他社を上回っている企業にもまだ長い道のりがあるため、男女平等を達成するための前途に焦点を当て続けることが重要である。遅れている企業は、これらの取り組みから学び、男女平等への道を口先だけでなく確実に歩むために必要な変化を起こすことができる。

さらに、アセスメントにおける全体的なパフォーマンスには地域差があるものの(表1の地域平均を参照)、上位100社には世界のあらゆる地域の企業が名を連ねており、職場における男女平等への取り組みはどこでも可能であることを示している。



重要な発見3: 企業は育児休暇を、すべての従業員の権利ではなく、一部の従業員に提供される福利厚生として扱っている。

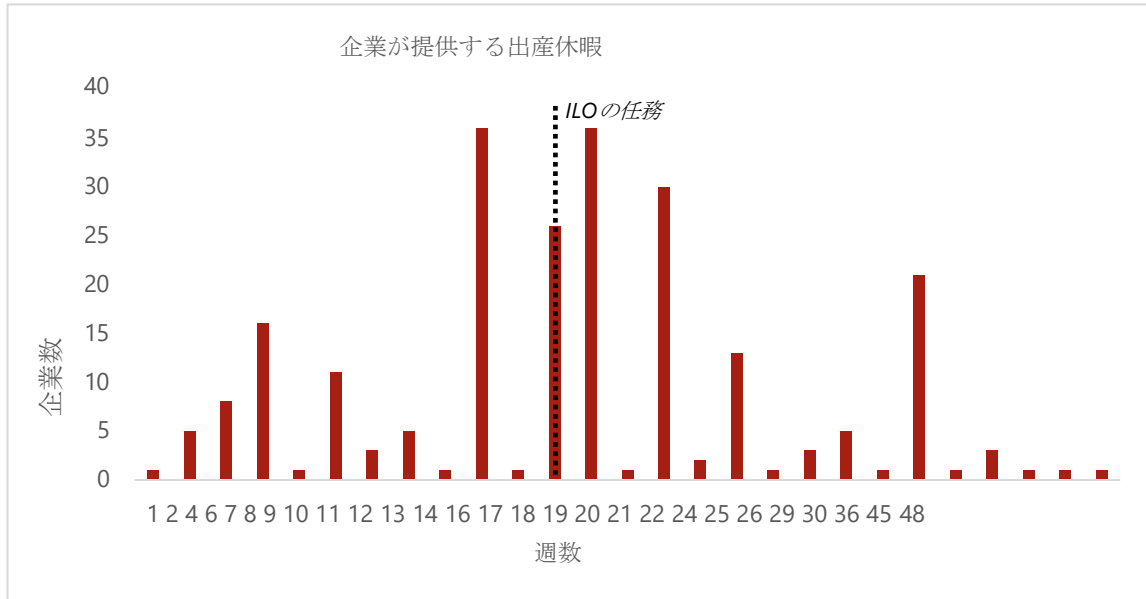
図6: 育児休暇に関する企業の開示



国連と国際労働機関(ILO)は、出産休暇を労働基本権として認めている。有給の育児休暇は、新しい親が子どもとの絆を深めることを可能にし、出産する母親の肉体的・精神的回復を支援し、父親が介護において積極的な役割を果たすことを奨励する。育児休暇の導入は徐々に進んでいるものの、地域の法律や文化的規範の違いにより、政府の政策は大きく異なっている。したがって、企業には、従業員に育児休暇制度を率先して提供し、男女平等を推進する機会がある。

我々の評価では、産休制度を開示している企業は1,006社のうち36%に過ぎない。これらの企業が提供する出産休暇の平均週数は15週であるが、その幅はわずか1週から48週まで様々である(図7参照)。さらに問題なのは、最低14週間の出産休暇を推奨するILOの基準を満たす企業が、全体のわずか7%にすぎないことだ。ILOの基準ではまた、産休中の女性は少なくとも従前の収入の3分の2を受け取るべきであると規定しており、可能であれば全額支給を推奨している。産前産後休暇を定めている企業のほとんどは、有給休暇であることを明示しているが、その金額については明確にしていないところが多い。

図7: 企業が提供する出産休暇の範囲



父親のための育児・介護休暇も、男女平等を推進するための重要な要素であると認識されつつあるが、父親の3人に1人しか父親休暇を提供していない。⁵ 我々の評価では、31%の企業が何らかの形で父親休暇を提供している一方で、ILOが推奨する少なくとも2週間の休暇を提供している企業はわずか8%しかない。生物学的養育者以外の者にこのような手当を提供している企業はさらに少ない。

普遍的な育児休暇制度は、規制が不十分または存在しない国々において、企業が持続的かつ多大な影響を及ぼす手段となりうる。120カ国が少なくとも14週間の出産休暇を法律で定めている一方で、この基準に満たない国が64カ国残っており、そのほとんどがグローバル・サウスにある。⁶ しかし、雇用主はまだこのギャップを埋めていない。約25%の企業が推奨される有給介護休暇を提供しているが、多くの場合、こうした方針はすべての事業分野に及んでいない。一部の企業は、自社の介護休暇規定がどの国で有効かを開示しているが、これは通常、国の法律に従っているためであり、事業を行っている特定の地域を除外している場合も多い。母親出産休暇を提供している企業36%のうち、この方針が全世界の従業員に適用されることを開示している企業はわずか9%である。同様に、父親出産育児休暇を提供している企業31%のうち、この手当が全員に提供されると明記している企業はわずか8%である。これは、企業が福利厚生を普遍的に利用できるようにするのではなく、本社から遠く離れた従業員のために福利厚生を緩和する傾向があるという重要な傾向を浮き彫りにしている。アパレルおよび食品・農業セクターの企業を深く掘り下げた評価では、サプライヤーに育児休暇の提供を義務付けている企業は112社中1社もなかった。

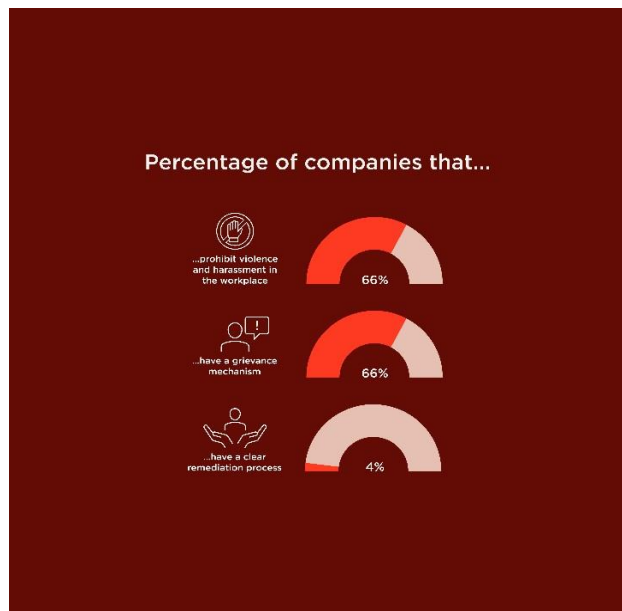
育児休暇の提供は、家族の幸福に直接影響し、男女平等を促進するため、極めて重要である。もし企業が、すべての一次および二次ケア提供者に適切な普遍的育児休暇制度を提供し、サプライヤーにも同様の制度を義務づけるならば、多くの親とその新生児の生活が改善され、あらゆる場所での男女平等の推進に役立つだろう。さらに、育児休暇政策は、育児プログラム、母乳育児支援、復職する親のための柔軟な移行措置など、他の政策や慣行と組み合わせることもできる。政策立案者はまた、有給の産休・育休を義務付ける法律を制定し、その財源をしっかりと確保することで、家族の世話のために休暇を取る人が経済的困難に直面しないようにすべきである。民間セクターと政府の双方が協力することで、より公平で家族に優しい職場環境を作ることができる。

「育児・介護のためのグローバル・アライアンスは、持続可能な開発、ジェンダー公正、女性の自立、そしてすべての人の幸福を促進するための新たな変革的パラダイムとして、育児・介護社会を推進する。このビジョンでは、政府、民間セクター、コミュニティ、家庭のすべてが、質の高い、安価で利用しやすい育児・介護とケアワーカーの適正な労働条件の提供を保証する責任を共有する。民間セクターにとって、これを達成するためには、職場やバリューチェーンにおける企業のケア政策とプログラム、そして共同責任を促進するジェンダー変革的ケアサービスが必要である。”

- Emilienne De León Aulina, Interim Technical Secretary, Global Alliance for Care

重要な発見4: ほとんどの企業は、職場における暴力やハラスメントを公的に禁止しているが、それを防止し、是正するための措置を講じている企業はほとんどない。

図8: 暴力とハラスメントの防止と改善



暴力やハラスメントによる虐待は社会に蔓延しており、特に女性や移民、若年労働者など、より脆弱なグループに対するものが被害者となることが多い。これは職場の従業員にも当てはまる。最近のILOの調査によると、世界中で雇用されている人の5人に1人以上が職場で暴力やハラスメントを経験している。⁷ 1,006社を対象とした評価では、大半の企業が職場における暴力とハラスメントを禁止し、従業員のための苦情報告チャンネルを設けているが、暴力とハラスメントの苦情に対処するための明確な救済プロセスを設けている企業はごくわずかであることがわかった。このギャップは、暴力やハラスメントの禁止方針だけでは職場における暴力やハラスメントを確実に防止するには不十分であることを考えると、懸念すべきことである。

企業は、ハラスメントの発生を効果的に禁止し、防止し、報告し、是正するための包括的な方針と慣行を確立する必要がある。

職場における暴力やハラスメントは、身体的、心理的、性的など、さまざまな形で起こりうる。殴る、動きを制止する、望まない性的接触など、ほとんどの職場で明らかな虐待とみなされる行為もあれば、怒鳴る、いじめ、性的発言など、それほど明白でない場合もある。1,006社のうち3分の2(66%)が、職場での暴力やハラスメントを禁止する方針を公表している。アパレルおよび食品・農業セクターの企業を深く掘り下げた評価では、112社のうち67%がサプライヤーにも同様のことを求めていることがわかった。しかし、暴力やハラスメントの防止、報告、救済をカバーする指標で高いパフォーマンスを上げている企業は、暴力やハラスメントという言葉の意味についてより詳細な定義と、そのような行為とみなされる事例を自社の方針に盛り込んでいることがわかった。暴力とハラスメントに関する方針が効果的であるためには、疑われる可能性を排除するために、どのような行動が容認されないかを明確に明記する必要がある。

「ジェンダーに基づく暴力(GBV)はアパレルセクターで非常に蔓延しており、脅迫の手段としても使われている。女性は子どもや扶養家族の世話をしなければならないことが多く、深夜の通勤は危険なため、過度な残業も女性に大きな影響を与える。男女間の賃金格差は、女性の労働は価値が低いという見方が蔓延していることと直結している。GBV被害と女性が自ら声を上げることの両方にまつわる社会的スティグマ(烙印)を考慮すると、企業が展開する従来の監査スキームでは、こうした虐待を発見し是正するタスクに対応できないことを意味する。だからこそ、女性主導、労働者主導の代替案が必要である」。

- Paul Roeland, Transparency Coordinator at the Clean Clothes Campaign

適切な報告および救済手続きは、企業の禁止方針を実用的な手段に確実に反映させるための鍵である。職場での暴力やハラスメントの違反は、多くの場合、告発後のプロセスやその結果としての是正・救済措置が明確でなかったり、告発者のニーズに対応していなかったりするため、ほとんど報告されていない。ILOによると、職場で暴力やハラスメントを受けた人の半数以上が、その出来事を他の人に明らかにしたと答えているが、自分の評判を恐れたり、時間の無駄だと考えたり、職場の手続きが不明確だと考えたりして、そのうちの半数しか、雇用主や上司に報告していない。⁸ 我々の評価では、ほとんどの企業が直接の従業員と社外の個人に対する報告手段を公表している(それぞれ66%と55%)。しかし、加害者に対する明確な制裁など、期待される結果を含む是正・救済プロセスの詳細を公開している企業はわずか4%に過ぎず、また、是正プロセスの一環として、休業やカウンセリングなどの告発者への支援を提供している企業は、その半数(2%)に過ぎない。これらの結果は、過少申告の理由として最も頻繁に挙げられている、無駄な努力、自身の評判に対する恐れ、不明確な手続きと一致している。

さらに、企業は、女性を含む社会的弱者に対して、その是正が効果的であるかどうかさえ認識していない可能性がある。暴力やハラスメントの苦情処理に関する男女別データを収集、分析、監視している企業は、1,006社のうちわずか1%に過ぎない。従業員に虐待の報告を促すためには守秘義務が不可欠であるが、雇用主が守秘義務に違反することなく、告発者や被害者に関する基本的なデータを収集することは可能である。実際、フォローアップと是正を確実にするため、匿名の通報では個人的な方法で解決できないことを考慮し、通報チャネルはすでに告発者の基本的な情報を要求している。

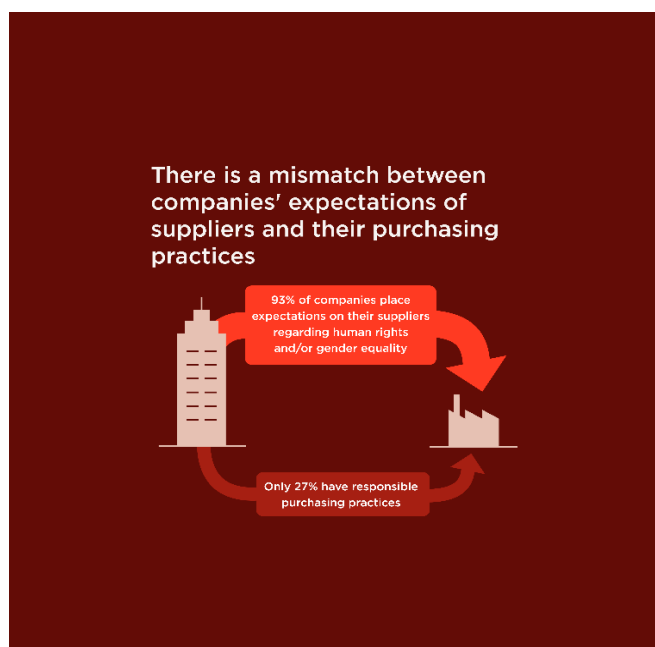
予測可能な結果を伴う明確な是正・救済プロセスや告発者の保護に加え、企業は職場で暴力やハラスメントの発生を防止するためのその他の行動をとることができる。アパレルと食品・農業セクターの深堀り評価では、112社のうち23%が従業員向けに専用の研修を実施しており、13%が家庭内暴力に直面している従業員への専門的なサポートの提供など、暴力やハラスメントに関するその他の追加的な行動を実施していることがわかった。これらの企業の中には、サプライヤーに暴力とハラスメントに関する方針を多言語で提供するよう求めたり(112社中6%)、サプライヤーに管理職や労働者への研修の実施を求めたり(112社中10%)することで、サプライチェーンにおける暴力とハラスメントの防止を目指す企業もある。



職場におけるジェンダーに基づく暴力とハラスメントに取り組む効果的なシステムには、包括的なアプローチが含まれる。すなわち、政策と行動による予防、安全な報告ルート、告発者への支援を伴う明確な苦情処理メカニズム、そして改善結果のモニタリングである。虐待を防止し、対処するための方針と慣行は、すべての個人、特に最も弱い立場の人々が通報することを奨励されると感じられるような環境を作り出すべきである。苦痛を伴う状況や、報復の恐れがある場合、労働者は、自分たちが保護され、苦情が解決されるという確信とともに、従うべき明確な道筋を有するべきである。そのためには、すべての企業は暴力やハラスメントの禁止にとどまらず、その是正に向けた取り組みを強化し、サプライヤーにも同様の取り組みを求めるべきである。

重要な発見5: 人権とジェンダーに関する購買企業の期待に応えるため、サプライヤーはもっと支援を受けるべきである。

図9: サプライヤーの期待と購買慣行



アパレル企業の大半は、サプライヤーに対してジェンダーと人権の遵守を強く求めている。特筆すべきは、85%*の企業が契約においてサプライヤーの人権パフォーマンスを考慮し、87%の企業がサプライヤーとの契約合意にジェンダー平等に関する要件を少なくとも1つ盛り込んでいることである。これは、サプライチェーンにおける人権やジェンダーに関連するリスクを認識していることを示しているが、これらのリスクは厳格な要求事項だけで軽減できるものではない。これらの基準を満たすためには、購買企業が自らの役割を果たし、サプライヤーが人権とジェンダー平等の基準を守ることができる環境を醸成しなければならない。

しかし、責任ある購買活動を通じて、サプライヤーが人権とジェンダー平等への期待に応えられるようにサポートしている証拠を開示しているアパレル企業は、わずか27%*に過ぎない。

購買慣行は、サプライチェーンにおいて購買企業の期待がどの程度維持されるかを決定する役割を果たす。注文の土壇場での変更や短いリードタイムといった慣行は、サプライヤーへの圧力を強め、過剰な残業や非正規労働の増加、無許可の下請け労働の一因となりうる。さらに、サプライヤーへの支払い遅延や値下げ圧力は、サプライヤーが労働者に安全な労働環境と適時の賃金支払いを提供することを困難にしかねない。サプライヤーへのタイムリーで正確な支払いや、生産ニーズの事前提供を約束することで、責任ある購買を実践している企業は、その影響力の大きさにもかかわらず、わずか27%*にとどまっている。これらの高い期待とそれに応えるための環境整備の欠如の間の格差は、サプライヤーが人権とジェンダー平等の基準と、商業的要求の両方を満たすのに苦勞するシナリオを生み出している。

購買慣行を通じて実現可能な環境を整える以外にも、企業は対象を絞った支援プログラムを通じてサプライヤーのパフォーマンスを高めることができる。アパレル企業の半数近くが、少なくとも1つのジェンダー平等テーマ(45%)または人権問題(47%*)に的を絞った支援を行っている。これらの支援プログラムは、サプライヤーの能力とパフォーマンスの向上に貢献する可能性がある一方で、ニーズやリスクの高さに基づかない断片的または場当たりの実施のリスクがある。さらに、これらのプログラムは、サプライヤーが人権やジェンダー平等の基準を守るための環境づくりを行う責任ある購買慣行を補完するものではなく、むしろそれにとって代わることが多い。ジェンダー平等と人権に関するサプライヤーを対象とした支援プログラムを実施しているアパレル企業のうち、責任ある購買慣行を実施しているのは、それぞれ19%と26%*にすぎない。この断絶は、ほとんどの企業が責任ある調達と的を絞った支援を組み合わせることでサプライヤーを支援する体系的なアプローチを採用していないことを浮き彫りにしている。

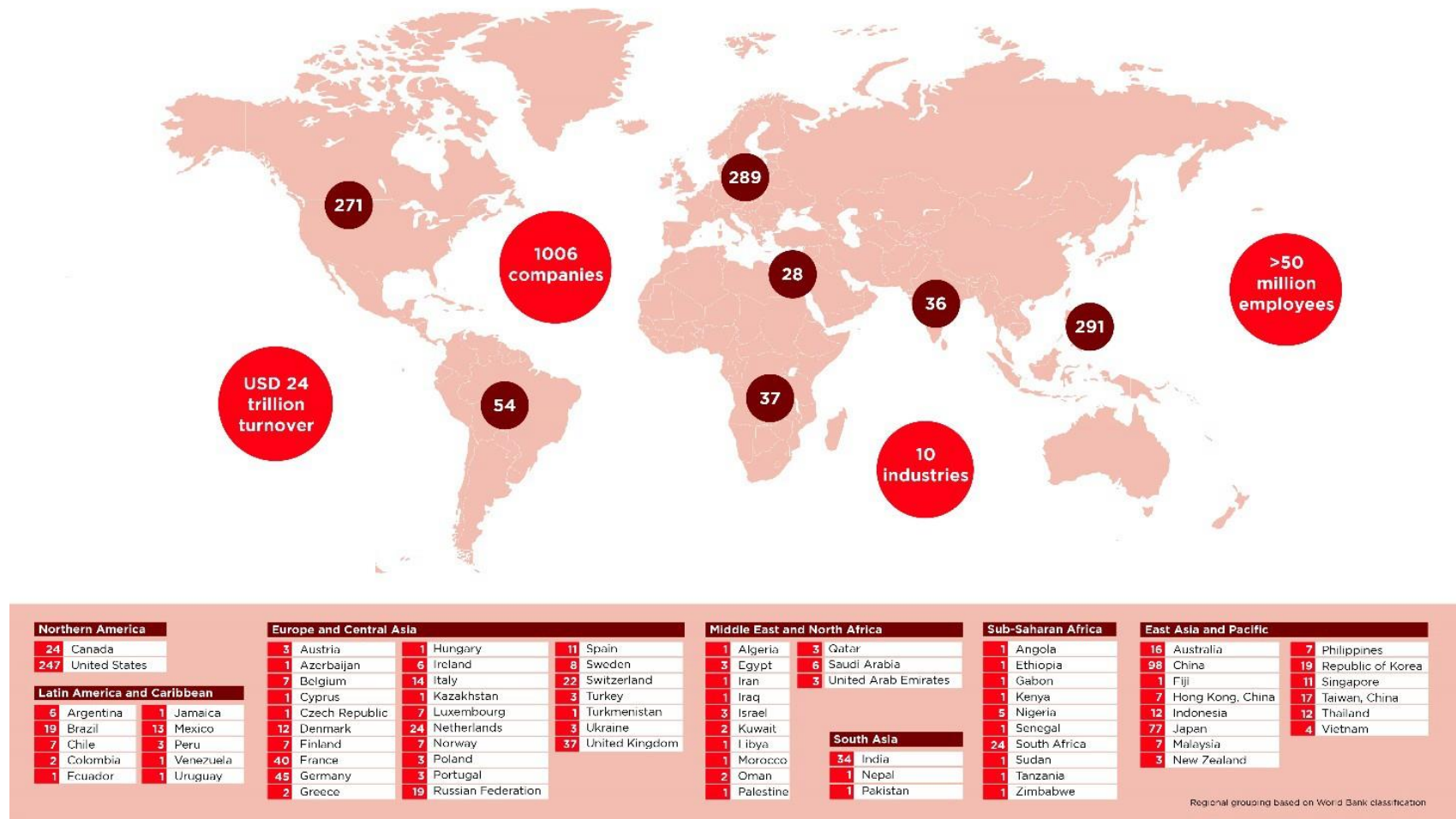
* 責任ある購買慣行に関する重要な発見5は、2023年ジェンダーベンチマークと2023年CHRBの両方のデータに基づいている。2023年CHRBのデータには*印が付されている。

近年、企業は欧州連合(EU)の企業持続可能性デュー・ディリジェンス指令(CS3D)のような近々制定される法律に対応するため、サプライチェーンの基準を引き上げている。サプライチェーンにおける問題に対処する効果的な方法として提示される一方で、これはしばしば、サプライヤーが人権基準と商業的要求の両方を同時に満たすことを可能にすることなく、サプライヤーへの圧力を増大させる。こうした法改正がサプライチェーンの川下で働く労働者に真に利益をもたらすようにするためには、企業はサプライヤーの成功達成を支援するよう促されなければならない。また、コンプライアンス違反が発見された場合に関係を断つことを思いとどまらせなければならない。最終的なCS3Dでは、企業がサプライヤーとの関係を突然打ち切る法的義務はなく、その代わりに、人権リスクへの対処においてサプライヤーを関与させ、支援することが企業の法的義務であると明記されなければならない。人権への取り組みを損なわない購買慣行を実施しながら、自社の商業的要件とバランスを取れたビジネスモデルを開発することは、企業にとって不可欠である。



図10:2023年ジェンダー評価企業の地理的分布

DISTRIBUTION OF THE 1,006 COMPANIES ASSESSED, BY COUNTRY AND REGION



ジェンダー・アセスメント 結果

男女平等に関する1,006社の評価

WBAは今年初めて、1,006社の男女平等に関する実績を評価した。これらの企業には、ジェンダー・ベンチマーク評価方法のサブセットが適用され、主に職場に焦点が当てられた。1,006社は、世界7地域、83カ国、10業種にまたがっている。これらの企業の平均スコアは17%（最大52.3ポイントのうち9ポイント）であった。最も高い業績を上げた2社が50%強の得点を獲得したのに対し、逆にすべての関連指標で0点を獲得した企業も12%あった。

全体として、北米と欧州 & 中央アジアの企業は、その他の地域よりも高いパフォーマンスを示しており、平均スコアはそれぞれ20.4%と19.9%であった。南アジアとラテンアメリカ & カリブ海諸国の企業がこれに続き、平均スコアはそれぞれ15.5%と15.4%だった。東アジア & 太平洋地域、サハラ以南のアフリカ、中東 & 北アフリカに本社を置く企業の平均スコアは12~13%で、全体的なパフォーマンスはほぼ同じだが、この3つの地域から少なくとも1社がアセスメントの上位100社に入っている。（各地域の企業数と平均スコアの合計は表1を参照）。

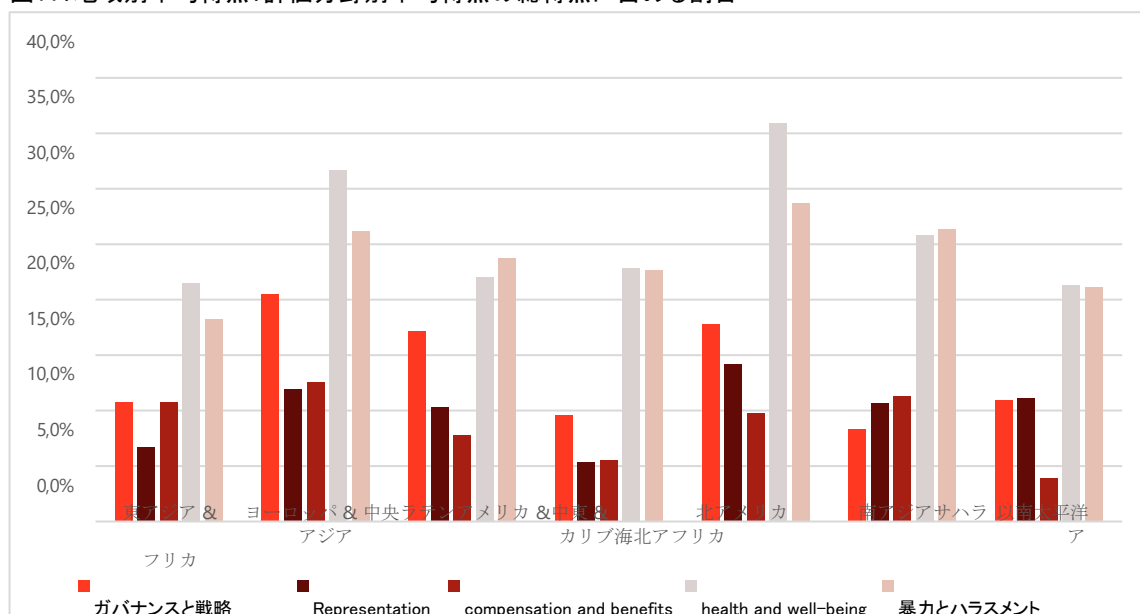
表1: 地域別ジェンダー評価総合平均得点

地域	会社数	平均得点の合計(得点可能な得点に対する割合)
東アジア・大洋州	291	13.0%
ヨーロッパ & 中央アジア	289	19.9%
ラテンアメリカ	54	15.4%
中東・北アフリカ	28	12.2%
北米	271	20.4%
南アジア	36	15.5%
サブサハラ・アフリカ	37	12.9%

評価分野の内訳を詳しく見ると、北米企業はrepresentation(リーダー的職位の代表)、health and well-being (健康と生活保証)、暴力とハラスメントでリードしている。欧州・中央アジアに本社を置く企業は、ガバナンスと戦略、compensation and benefits (給与と福利厚生)の両面でリードしている。南アジア企業は、ガバナンスと戦略では低調だが、compensation and benefits (給与と福利厚生)、では北米企業より平均的に良好である。これは、男女間の賃金格差に関する透明性が高いことに加え、育児休暇や育児支援、その他の家族支援が充実しているためである。同様に、東アジア・太平洋地域の企業も、暴力とハラスメントのパフォーマンスでは他地域の企業より遅れているが、この分野では北米企業を上回っている。サハラ以南のアフリカの企業は、欧州 & 中央アジアの企業にrepresentationでは僅差で続いているが、ラテンアメリカ & カリブ海諸国は、ガバナンスと戦略で北米企業に引き離されている。中東・北アフリカに本社を置く企業は、representationでは他地域の企業に遅れをとっているが、ガバナンスと戦略、health and well-beingの両分野では中程度のパフォーマンスを示している。



図11: 地域別平均得点: 評価分野別平均得点の総得点に占める割合



1,006社は10の産業グループにまたがっている: 農産物、アパレル&フットウェア、デジタル、採掘、食品&飲料、製造、医薬品&バイオテクノロジー、小売、公益事業、その他。各業界内の企業数は様々で、デジタル、食品・飲料、採掘、製造業に分類される企業が多い。アパレル&フットウェアと医薬品&バイオテクノロジー企業のパフォーマンスは、平均的に他の業種を上回り、デジタル関連企業が僅差で続く。各業界グループ内の企業数と平均スコアの合計は表2を参照)。

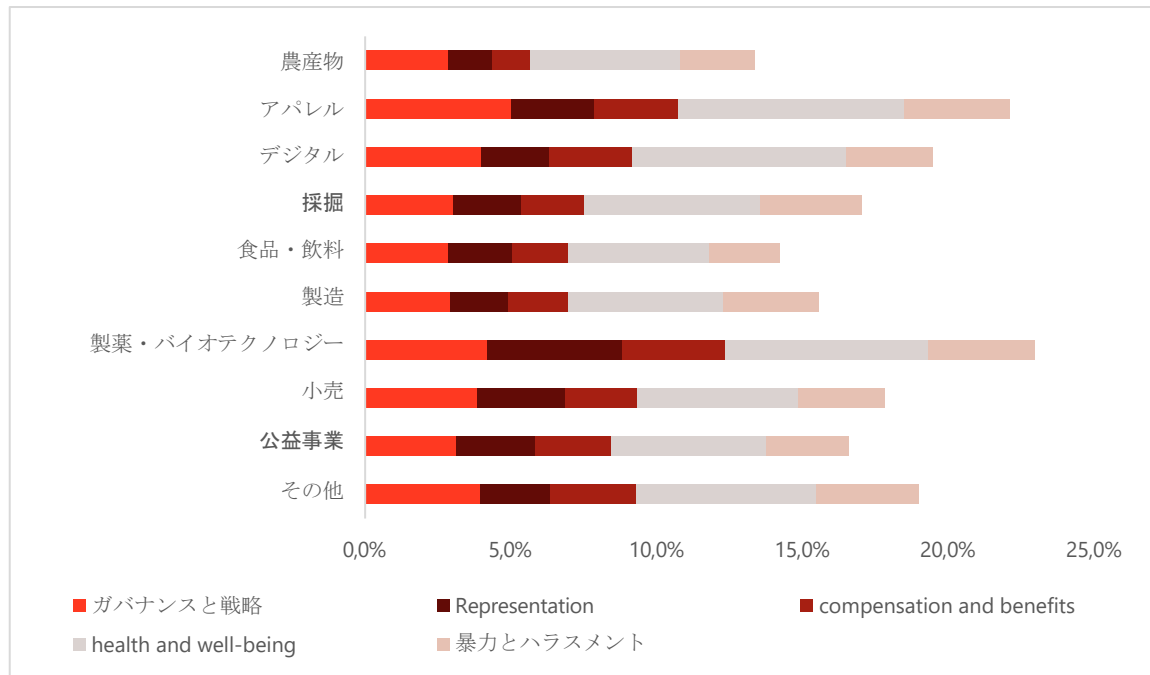
表2: ジェンダー評価の業種別総合平均スコア

産業	会社数	平均得点の合計(得点可能な得点に対する割合)
農産物	78	13.4%
アパレル&フットウェア	68	22.1%
デジタル	194	19.5%
採掘	154	17.0%
食品&飲料	174	14.2%
製造業	124	15.5%
医薬品&バイオテクノロジー	28	23.0%
小売	79	17.8%
Utility(公益事業)	70	16.6%
その他 (資本財、建設、不動産、財閥)。	37	19.0%



アパレル&フットウェア業界の企業は、ガバナンスと戦略、health and well-beingの分野でリードしている。医薬品・バイオテクノロジー企業は、残りの評価分野でリードしており、representation (4.6%)では、第2位の業種である小売業(3%)と比較して顕著に良好なパフォーマンスを示している。注目すべきは、詳細なジェンダー・ベンチマークに選ばれた2つのセクターの企業が、業績の両極端にあることである。アパレル&フットウェアの企業は平均で2番目に高いパフォーマンスを上げているのに対し、食品&飲料と農産物の企業は平均で最低のスコアとなっている。これらの業界の企業は、特にサプライ・チェーンにおいて多くの女性を雇用しているため、男女平等のパフォーマンスに関する詳細な評価のために選ばれた。ジェンダー・ベンチマーク手法の全項目にわたるアパレル、食品・農業セクターの112社の結果については、次のセクションで詳しく説明する。

図12: 産業セクター毎の各平均スコア



さらなる洞察

WBAのジェンダーデータから得られた追加的な洞察は、11月21日に発行されるOxfamの「[女性の仕事の価値評価に関するビジネス向けブリーフィング](#)」の第1回目に掲載されました。このシリーズは、ジェンダーの不平等を促進する制度的問題とビジネス慣行がどのように相互作用しているのかについて、企業の理解を深め、強化することを目的としている。ブリーフィングは、変革的なジェンダー平等への取り組みが、女性を固定化することではなく、そもそも女性を無力化する構造や規範を取り除くことであることを示している。

WBAのデータと評価方法はすべて公共財であり、すべてのステークホルダーに共通の情報を提供することで、先進企業に継続的なインセンティブを与え、後発企業に追い上げを促すことを目的としている。本レポートのトレンドと重要な発見は、2023年ジェンダー・データセットの分析を通じて得られる洞察のほんの一例に過ぎません。WBAのAllyであるOxfamが実施したように、すべてのステークホルダーがこれらの公的リソースを活用し、ジェンダー平等に関する企業の説明責任ギャップを埋める努力を支援することを歓迎する。

soku



ジェンダーベンチマーク 結果

男女平等に関する112社の詳細評価

ジェンダー・ベンチマークは今年、アパレルと食品・農業という2つのセクターの企業を評価した。これらのセクターは、サプライチェーンで働く女性が多いことから選ばれ、アパレル・セクターからは64社、食品・農業セクターからは48社、合計112社が評価対象となった。ジェンダー・ベンチマークで評価されたアパレル企業の多くは、今年の「CHRB」でも評価されており、ジェンダー・ベンチマークに含まれる食品・農業企業はすべて、今年の「CHRB」と今年の「食品・農業ベンチマーク」でも評価されている。

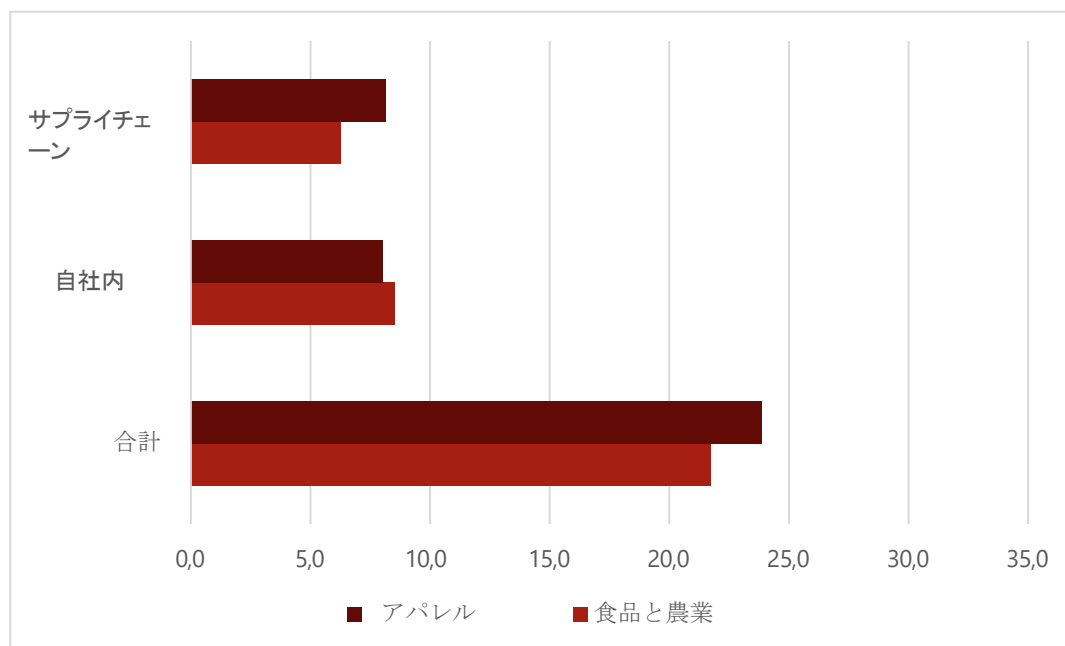
バリュー・チェーン全体にわたるジェンダー平等のパフォーマンスをより深く調査するため、これらの112社にジェンダー・ベンチマーク評価方法を全面的に適用した。今年のベンチマークの全体的なパフォーマンスを見ると、最高得点を獲得した企業でさえ、そのスコアは50点/100点満点をわずかに上回る程度であることがわかる。VFコーポレーションは、今年のベンチマークの全体およびアパレルセクターでトップの企業であり、潜在的な最高得点100点のうち55点を獲得している。同社は、2021年ジェンダー・ベンチマークから1位の座を維持している。Hershey Companyは、このベンチマークで食品・農業セクターでトップの企業であり、総合でも44.8点を獲得して5位にランクされている。ランキングの反対側には、すべての指標で0点の企業が5社ある。全112社の総合平均点は23点で、アパレルセクターの平均点(23.9点)は、食品・農業セクターの平均点(21.7点)を上回っている。

バリュー・チェーンの違いを見ると、サプライ・チェーンよりも自社内の方が平均して若干良い。自社内の平均スコアは35点満点中8.2点、サプライ・チェーンの平均スコアは35点満点中7.3点である。しかし、サプライチェーン指標で最も優れた企業であるVFコーポレーションのスコアは35点満点中24.8点であり、自社内指標で最も優れた企業であるFalabellaのスコアは35点満点中19.7点である。

バリューチェーン別、セクター別のパフォーマンスを見ると、サプライチェーン指標ではアパレル企業が食品・農業企業を上回り、35点満点中8.2点であるのに対し、食品・農業企業は6.3点となっている。しかし、自社内指標では、食品・農業関連企業が平均8.5点であるのに対し、アパレル企業は平均8点と、逆の結果となっている。(セクター別、バリューチェーン構成要素別の平均スコアの内訳は図13参照)。



図13: 産業セクターおよびバリューチェーンごとのジェンダー・ベンチマーク平均スコア



これらの112社は、6つの地域に本社を置いている：東アジア&太平洋、欧州&中央アジア、ラテンアメリカ&カリブ海諸国、北米、南アジア、サハラ以南のアフリカである。欧州&中央アジアに本社を置く企業の平均スコアは29.2ポイントで、他地域の企業を上回っている。

南アジアと中南米・カリブ海諸国の企業も、それぞれ26.6ポイントと26.4ポイントを獲得し、平均して同様のパフォーマンスを示した。北米の企業は今年のベンチマークのほぼ半数を占め、21.8ポイントと中程度のパフォーマンスを示した。東アジア・大洋州地域の企業は平均17.2ポイントと出遅れているが、日本に本社を置くファーストリテイリングは41.5ポイントでベンチマーク上位10社にランクインしている。サハラ以南のアフリカに本社を置く3社の平均スコアは11.9ポイントで最下位。(各地域の企業数と平均スコアの合計は表3を参照)。

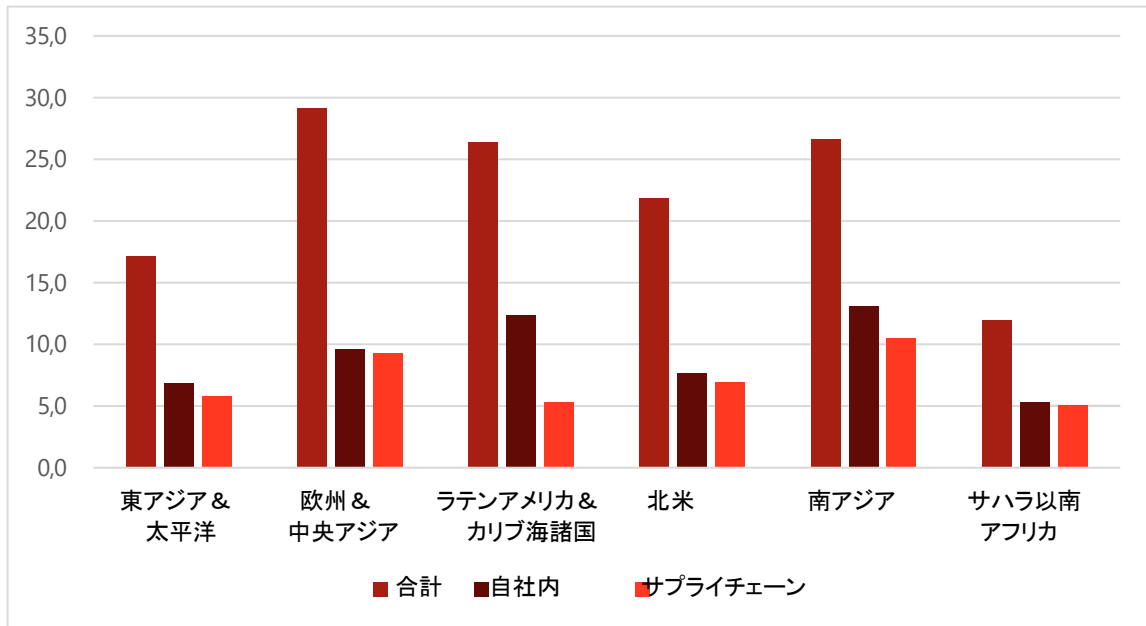
表3: 地域別の企業数と総合平均スコア

地域	会社数	平均スコア
東アジア・大洋州	22	17.2
ヨーロッパ&中央アジア	32	29.2
ラテンアメリカ	3	26.4
北米	50	21.8
南アジア	2	26.6
サブサハラ・アフリカ	3	11.9

各地域のバリューチェーンのパフォーマンスを詳しく見てみると、自社内とサプライチェーンの両方で南アジアの企業のスコアがその他の地域の企業を上回っており、自社内についてはラテンアメリカ&カリブ海地域の企業、サプライチェーンについては欧州&中央アジア地域の企業が僅差で続いている。サハラ以南のアフリカに本社を置く企業は、サプライチェーン指標ではラテン・アメリカ&カリブ海諸国の企業と平均的にほぼ同様のパフォーマンスを示しているが、他の地域に所在する企業と比較すると、自社内指標でのパフォーマンスでは遅れをとっている。(総平均スコアと地域別バリューチェーン平均スコアについては図14を参照)。



図14: 地域ごとの総平均とバリューチェーン平均



評価分野別のパフォーマンスについては、ジェンダー・ベンチマークに含まれる112社の大半が、ほぼすべての評価分野で男女平等への何らかの貢献を示している。具体的には、112社のうち84%の企業が、従業員が苦情を報告できるジェンダー対応苦情処理メカニズムを持っており、75%の企業が、取引先にその労働者の健康と安全を尊重することをコミットするよう求める方針声明を公表しており、89%の企業が職場での暴力やハラスメントを禁止している。しかし、112社のうち、報告された苦情や昇進した従業員の割合について性別を区別したデータを開示している企業はなく、また、サプライヤーに育児休暇の取得を義務付けている企業もない。ほとんどの企業は、自社内やサプライチェーンにおけるジェンダー特有の問題に対処するための方針とプロセスを設けていることをして開示しているが、多くの企業は、こうした慣行のモニタリングには不十分である。

セクター別評価結果

アパレル セクター

アパレルセクターは、主に発展途上国において世界で約9,100万人の労働者を雇用しており、そのうち約80%が女性である。アパレル・セクターの特徴は、地理的に分散したサプライチェーンと市場主導の急速な需給の変化である。アパレル・ブランドの購買活動は不安定であり、低い利益率と短いリードタイムがサプライヤー間の激しい競争を生み出すこともある。コスト削減とリードタイム短縮を求めるサプライヤーへのプレッシャーは、人権・労働権のリスクや、非正規または監視の目が行き届かない工場や職場への(無許可の)下請けに関わるリスクを悪化させる傾向がある。よくある問題には、様々な形態の強制労働や拘束労働、不適切な労働時間、不十分な賃金、安全衛生問題、結社の自由や団体交渉権に対する圧力、ジェンダーに基づく暴力などがある。これらの人権侵害はジェンダーの側面があり、このセクターの女性に不釣り合いな負の影響を及ぼしている。



セクター 結果

今年のジェンダー・ベンチマークで全評価項目のフル評価の対象に選ばれた112社のうち、64社がアパレル・セクターの企業で、そのうち34社は2021年のジェンダー・ベンチマークで初めて評価された（2021年からの順位変動は表4を参照）。VFコーポレーションは、このセクターで最高得点の55点を獲得し、ベンチマーク全体でも1位となった。上位4位をアパレル企業が占める一方、もう一方では、同セクターの4社がすべての指標で0点となっている。アパレルセクター全体の平均点は23.9点である。

図15: アパレルセクター企業の総得点

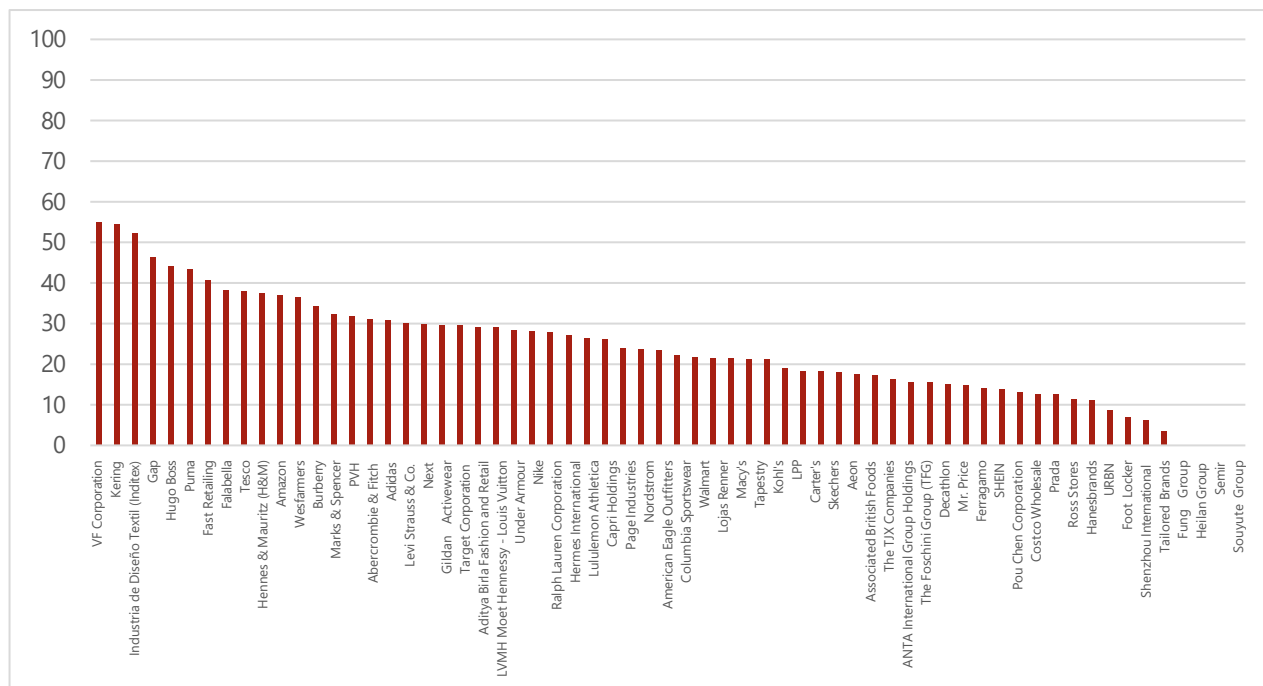


表4: アパレルセクター企業のスコアとランキング

セクターラン ク	スコア	会社名	Engaged	2021年からの順 位変動
1	55.0	VF Corporation	✓	0
2	54.4	Kering	✓	+7
3	52.2	Industria de Diseño Textil (Inditex)	✓	+3
4	46.4	Gap	✓	-3
5	44.2	Hugo Boss	✓	
6	43.5	Puma	✓	
7	40.8	Fast Retailing	✓	+9
8	38.4	Falabella	✓	
9	38.0	Tesco		
10	37.4	Hennes & Mauritz (H&M)	✓	+11
11	37.0	Amazon	✓	+11
12	36.6	Wesfarmers (Kmart and Target Australia)	✓	



13	34.2	Burberry	✓	
14	32.4	Marks & Spencer	✓	+5
15	31.8	PVH	✓	-2
16	31.2	Abercrombie & Fitch		+4
17	30.8	Adidas	✓	-8
18	30.2	Levi Strauss & Co.		-8
19	29.9	Next		
20	29.7	Gildan Activewear	✓	
21	29.6	Target Corporation	✓	-9
22	29.3	Aditya Birla Fashion and Retail		-4
22	29.3	LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton		+5
24	28.3	Under Armour	✓	-8
24	28.3	Nike		-5
26	27.8	Ralph Lauren Corporation	✓	-6
27	27.2	Hermès International	✓	
28	26.5	Lululemon Athletica		
29	26.3	Capri Holdings		
30	23.7	Nordstrom		
31	23.4	American Eagle Outfitters		+6
32	22.9	Page Industries		
33	22.3	Columbia Sportswear		
34	21.8	Walmart		+1
35	21.5	Lojas Renner		+1
36	21.4	Macy's		
37	21.3	Tapestry	✓	
37	21.3	Kohl's		
39	19.0	LPP		
40	18.3	Carter's		+4
41	18.2	Skechers		
42	17.6	Associated British Foods		-7
43	17.2	The TJX Companies		
44	17.0	Aeon		
45	16.3	ANTA International Group Holdings		+5
46	15.6	The Foschini Group (TFG)	✓	+2
47	15.5	Decathlon		-2
48	15.1	Mr. Price		
49	14.9	Ferragamo		
50	14.1	SHEIN	✓	
51	13.9	Pou Chen Corporation		
52	13.1	Costco Wholesale		-4
53	12.7	Prada		



54	12.5	Ross Stores		
55	11.4	Hanesbrands		-8
56	11.1	URBN		+1
57	8.7	Foot Locker		
58	7.1	Shenzhou International		
59	6.4	Tailored Brands		+1
60	3.6	Fung Group		-3
61	0.0	Heilan Group		0
61	0.0	Semir		0
61	0.0	Souyute Group		0
61	0.0	Youngor Group	✓	

* 順位の変動は、2021年版ジェンダーベンチマークと2023年版ジェンダーベンチマークの両方でランクインした34社について、それぞれの相対順位に基づいて計算したものである。

トレンド

アパレル業界では、グローバルな労働力として、またその製品の対象として、女性が広く浸透している。企業の女性労働者支援のためのマルチステークホルダー・プラットフォームを提供するRISEのような業界プログラム(2023年初頭に発足し、アパレルセクター最大の女性エンパワーメント・プログラム(ILO Better Work、BSRのHERproject、CARE、P.A.C.E. by Gap Inc.))は、その活動をレベルアップし、ブランドやサプライヤー間でジェンダー平等に関して更に必要とされる協力関係を実現する。

私たちのベンチマークによれば、アパレル企業の40%が20点未満であり、高得点を獲得した3社でも満点の半分強しか獲得していない。ジェンダーに特化した目標、リーダー的地位における女性の代表、育児・介護休暇の権利、暴力やハラスメントからの保護に関する企業の実績は、企業の自社内とそのサプライチェーンの両方において、これらに関する女性の現実は極めて残念な状況であることを描き出している。同様に、マーケティング・コンテンツに関するパフォーマンスは、このセクターの消費者としての女性の人権にとって厳しい現実を示している。

アパレル・セクターの企業の3分の1以上(38%)は、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントに対する公約を掲げており、同程度(33%)はジェンダー戦略を持っている。しかし、人権デューデリジェンス(HRDD)のリスク評価プロセスの一環として女性とエンゲージしたり(企業の6%)、従業員調査を通じて女性のエンパワーメント問題に取り組んだり(企業の8%)するなど、構造的に女性の声に耳を傾けているようには見えない。このセクターの労働者は圧倒的に女性が多いが、企業のあらゆる階層で女性の割合は低く、取締役会レベルで男女のバランス(40~60%が女性)が取れている企業は38%であるのに対し、中間管理職レベルで男女のバランスが取れている企業は22%と少ない。

サプライチェーンで働く女性は、低賃金、安全衛生問題、長時間労働、(無許可の)下請け労働など、この分野の労働者が直面する一般的な問題の影響を大きく受ける。購買企業には、労働者の権利がそれほど厳しくない国であっても、サプライヤーが労働者に適正な労働条件を提供できるようにする責任がある。一方、結社の自由や団体交渉、正式な契約、ジェンダーに対応した安全衛生に関しては、労働条件改善に向けた支援をサプライヤーに提供する企業数よりも、サプライヤー自身に行動を求めるだけの企業数の方が多くことがわかる。アパレル・セクターにおける職場暴力とハラスメントの防止、告発、是正の傾向は、自社内とそのサプライチェーンの両方において、ベンチマーク全体の傾向を反映している。ほとんどの企業は禁止の方針と報告の手段を有しているが、是正策を実施している企業は少数派である。



アパレル・セクターのサプライチェーンで働く労働者だけでなく、女性消費者も非常に重要な役割を担っており、多くのブランドがマーケティング・キャンペーンの対象としている。アパレル・セクターは、不健全な美の基準やジェンダーや人種のステレオタイプ化を助長しているとして厳しい監視の下に置かれているが、こういったコンテンツから一線を画して、マーケティング・コンテンツが差別的でなく、女性を貶めることなく、女性を自立した人間として昇華させるものであることを保証できる企業はわずかである。ベンチマークに含まれるアパレル企業のうち、非差別的マーケティング慣行へのコミットメントおよび／またはこの目標に向けた行動を開示しているのはわずか11%である。これほど女性の存在感が強いセクターであるにもかかわらず、雇用される女性や女性消費者がその恩恵を享受できるようにするためには、まだ多くの課題が残されている。

食品・農業 セクター

食品・農業セクターにおいて、女性は世界的に重要かつ多面的な役割を果たしている。世界の農業労働力の約43%を占め、食品サプライ・チェーンのさまざまな段階を通じて、女性の関与が見られる。生産者として、彼らは農業、家畜飼育、漁業に従事し、食料生産に大きく貢献している。加工業者や保存業者として、彼らは食品の乾燥、製粉、保存など様々な作業に携わり、原材料となる農水産物を確実に入手できるようにし、最も重要なこととして、年間を通じて消費できるようにする。販売業者や流通業者として、彼らは農水産物の販売や流通を引き受け、地元の生産者と市場をつなぐ役割を担っている。知識を有する者としては、農法や種子の選択、様々な食品保存技術に関する伝統的な知識を有している。全体として、女性は最終的に食品が消費者に届くようにする上で重要な役割を担っている。

セクター 結果

ジェンダー・ベンチマークに参加している112社のうち、食品・農業セクターから48社が今年初めて深掘り評価の対象に選ばれた。Hershey Companyは44.8ポイントを獲得し、同セクターで最も優れた業績を上げており、全体でも5位にランクインしている。食品・農業セクターの平均スコアは21.7ポイントである。



図16: 食品・農業セクターの総得点

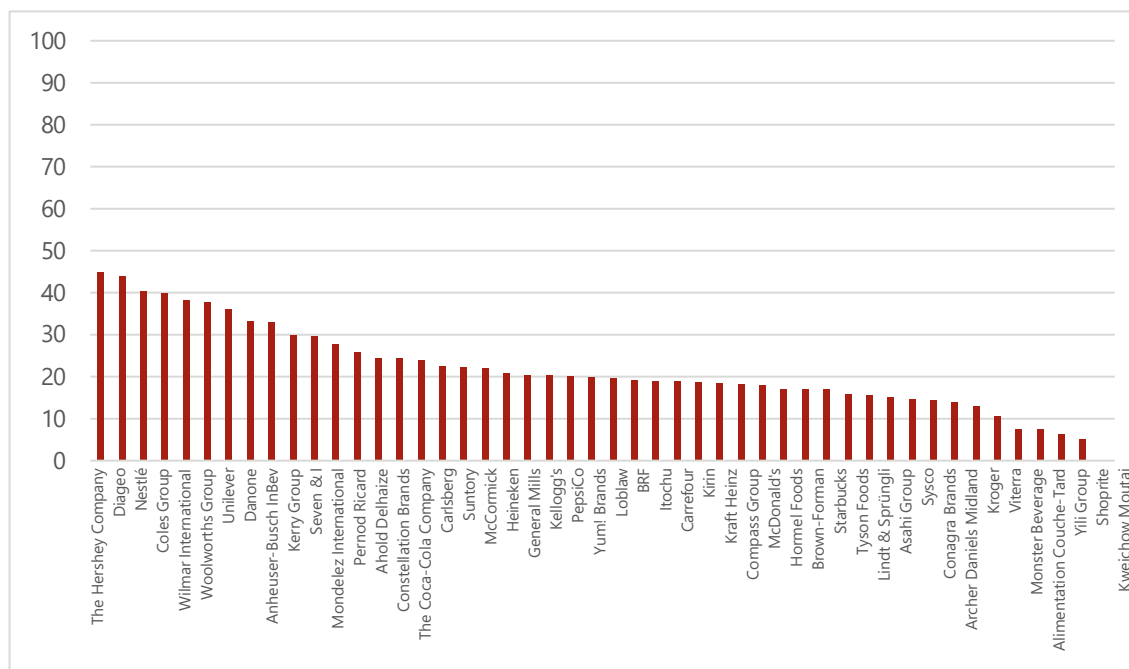


表5: 食品・農業セクター企業のスコアとランキング

セクターラン ク	スコア	会社名	婚約中
1	44.8	The Hershey Company	✓
2	44.1	Diageo	✓
3	40.4	Nestlé	✓
4	40.0	Coles Group	✓
5	38.1	Wilmar International	✓
6	37.8	Woolworths Group	✓
7	36.1	Unilever	✓
8	33.1	Danone	✓
9	32.9	Anheuser-Busch InBev	✓
10	30.0	Kerry Group	✓
11	29.6	Seven & I	✓
12	27.6	Mondelez International	✓
13	25.8	Pernod Ricard	✓
14	24.5	Ahold Delhaize	✓
15	24.4	Constellation Brands	
16	24.1	The Coca-Cola Company	
17	22.5	Carlsberg	✓
18	22.3	Suntory	✓
19	22.1	McCormick	✓
20	20.9	Heineken	
21	20.5	General Mills	
21	20.5	Kellogg's	



23	20.1	PepsiCo	
24	19.9	Yum! Brands	
25	19.7	Loblaw	
26	19.3	BRF	✓
27	19.0	Itochu	
28	18.8	Carrefour	
29	18.7	Kirin	✓
30	18.5	Kraft Heinz	
31	18.3	Compass Group	
32	17.9	McDonald's	
33	17.1	Hormel Foods	✓
33	17.1	Brown-Forman	
35	17.0	Starbucks	
36	15.8	Tyson Foods	✓
37	15.6	Lindt & Sprüngli	✓
38	15.2	Asahi Group	
39	14.6	Sysco	✓
40	14.3	Conagra Brands	
41	13.9	Archer Daniels Midland	✓
42	13.1	Kroger	
43	10.5	Viterra	✓
44	7.6	Monster Beverage	
45	7.4	Alimentation Couche-Tard	✓
46	6.2	Yili Group	
47	5.1	Shoprite	
48	0.0	Kweichow Moutai	

トレンド

食品・農業セクター企業のほぼ半数(48%)が、ジェンダー平等と女性のエンパワーメントに対する公約を掲げている。過半数の企業が職場でジェンダー目標を掲げ(71%)、その進捗状況を追跡調査している(67%)が、同分野でサプライチェーンに対する目標を掲げている企業は19%に過ぎず、進捗状況を追跡調査している企業はわずか15%に過ぎない。国連食糧農業機関(FAO)が2022年に実施した調査^{ix}では、農産物システムにおける小売業従事者全体の約53%を女性が占めているが、女性は男性よりも収益性の低い商品を取引していると推定されている。ジェンダー・ベンチマークでは、食品・農業セクター企業の38%がジェンダーに対応した調達を公約しているが、女性が経営する企業から調達しているかどうかを報告しているのは21%に過ぎない。★★★

グローバル・バリューチェーンにおける農業労働力の多くには、女性、若者、移民が含まれている。従って、正式な契約に規定された労働条件を明確にすることは、労働者に雇用保護を与えるだけでなく、労働者に与えられた権利を行使する力を与えることになる。食品・農業セクターに属する48社のうち、サプライヤーに正規契約による労働者の雇用を義務付けているのは29%に過ぎない。3分の1近くがこの責任をサプライヤーに押し付けている一方で、このセクターの企業のうち、サプライヤーが正規契約の労働を支援するための措置を講じている企業はわずか8%にすぎない。



非正規労働は労働者の待遇を悪化させ、低賃金で人目につかない労働者になりがちであるが、正規契約であっても、女性はジェンダーに基づく差別を経験し、職場で暴力やハラスメントを受ける可能性が高い。ジェンダー特有の差別や脅迫を禁止する方針や、暴力やハラスメントに関する方針は極めて重要である。にもかかわらず、労働組合員／代表者に対するジェンダー特有の脅迫、ハラスメント、報復、暴力を禁止している食品・農業関連企業は31%にすぎない。

さらに、方針は理解できる言語で利用できる場合にのみ有益である。これらの企業の67%は、サプライヤーにサプライチェーンにおける暴力とハラスメントに関する方針を求めているが、現地語に翻訳することを求めているのはわずか4%である。

サプライチェーンに大きく依存し、労働者のほぼ半数を女性が占めるこのセクターにとって、食品・農業セクターにはジェンダー平等への道において改善すべき点が多い。このセクターに関するより深い洞察は、来年に発表される予定であり、2023年食品・農業ベンチマークの結果も、このセクターに関する洞察に深みを与えるだろう。



今後の予定

今年のジェンダー・アセスメントとジェンダー・ベンチマークが明らかにした全体像は暗いものであったが、世界のあらゆる地域において企業がリーダーシップを発揮し、優れた実践例を示していることもわかった。また、CHRBのようなベンチマークを通じて、企業が人権を尊重する責任をよりよく果たすために、自らの方針、プロセス、慣行をどのように変革し、ステップアップしていくことができるかを見てきた。並行して発表されたこれらの報告書は、課題の大きさと緊急性を強調すると同時に、変革は実際に可能であるという希望を浮き彫りにしている。

私たちは、この報告書(洞察、データ、ギャップ、優れた実践例)が、企業のアカウンタビリティ・ギャップを埋めるために影響力の及ぶ範囲内で行動するようすべてのステークホルダーを鼓舞し、企業がより公正な世界を築くために役割を果たすよう変革する一助となるための、有益な情報や行動の喚起となることを願う。

2024年から2025年にかけて、WBAはすべてのステークホルダーと協力し、ジェンダー平等と女性のエンパワメントに関する企業の進歩を加速させることを約束する。主な活動の一部を以下に紹介する:

Communities of Practice

WBAのCommunities of Practice (CoP) は、WBAのベンチマークで評価された企業のためのピアツーピアの学習プラットフォームである。2023年には、2022年CHRBに参加した企業が、ベンチマークの結果を出発点として、互いに学び、つながる機会として、人権デューデリジェンス(HRDD)におけるステークホルダー・エンゲージメントに焦点を当てたCoPを開始した。

2024年には、2023年ジェンダー・ベンチマークから浮かび上がった主要トピックのひとつに焦点を当てたCoPを開催する。

Collective Impact Coalitions

Collective Impact Coalitions (CICs) は、WBAのAlliesとステークホルダーが、WBAベンチマークによって提供されるデータと証拠に基づいて、セクターを超えた協力的な行動を進めるための場を提供する。

これらのCICsは、マルチステークホルダー且つ期限付きで、大規模な機関投資家から市民社会、学界、ビジネス・プラットフォームまで、多様なアクターを集め、システムの重要なテーマについて前向きな変化を促すための行動を調整し、協力させるものである。

2022年、私たちは人権デュー・デリジェンス(HRDD)に焦点を当てたソーシャルCICを立ち上げた。CICは、HRDDに関する企業の行動を奨励し、HRDDがビジネスの規範となるよう、HRDDの主流化を可能にする環境を支援することに重点を置いてきた。CICはアライアンスやCICメンバーと協力し、投資家のエンゲージメント・イニシアチブを支援するプラットフォームを提供し、政策提言活動を行い、企業を支援するビジネス・プラットフォームの活動に貢献してきた。

2024年、社会変革CICは、2023年のジェンダー・ベンチマークの結果に基づき、別の社会的トピックに焦点を当て始め、ジェンダー平等への進展を加速させるために、マルチステークホルダーによる行動を調整することを目指す。



来年、さらなるinsightを発表予定

1,006社の評価データは、結果とともにすでに当ウェブサイトでご覧いただける。皆様には、このデータを使ってご自身の洞察を導き出していただくだけでなく、特定のトピックに関するより深いinsight(洞察)を公表するために、ご関心のある分野でWBAと協力していただくことも歓迎する。来年、WBAのジェンダー・チームは、引き続きこのデータを使って、無報酬ケアなどのさまざまなトピックについてさらなる分析を行い、ディープ・ダイブで取り上げた以外のさまざまなセクターについて、より深い洞察を見出す予定である。

WBAのソーシャル ベンチマーク

2024年、WBAはすべてのSDGs2000企業をCSIs(Core Social Indicators)で評価する初のソーシャル・ベンチマークを発表する。ソーシャル・ベンチマークは、世界で最も影響力のある企業が、グローバル・システムの社会的変革(Social Transformation)にどのように貢献しているかを評価するものである。この変革は、あらゆる形態の貧困を撲滅し、差別と排除をなくし、人々を取り残す不平等と脆弱性を削減するためにどうしても必要なものである。

参加するには

Collective Impact Coalitions(CIC)、Communities of Practice(CoP)、Social Benchmarkについての詳細、またはコラボレーションへのご関心をお持ちの方は、info.social@worldbenchmarkinalliance.org までご連絡ください。



アネックス

Annexは、2023年ジェンダー・アセスメントに関する追加情報を提供するもので、スコアバンド、本社所在国、業種を含む企業リストである。”engaged”の欄は、企業のフィードバック期間中に、その企業が評価に関してWBAとエンゲージしたかどうかを示している。最後の欄は、2021年から2023年までの間に、その企業のウェブサイトや公開報告書に記載されている、従業員に占める女性の割合を示している。ハイライトされた企業は、評価方法全体で評価され、ジェンダー・ベンチマークでランク付けされたが、このスコアバンドはジェンダー評価のためのものである。

Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
3M Company	20-30%	United States of America	Chemicals		37
ABB	20-30%	Switzerland	Capital Goods		28
AbbVie	20-30%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		56
Abercrombie & Fitch	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
Aboitiz Power Corporation	10-20%	Philippines	Utilities		
Abu Dhabi National Oil Company	10-20%	United Arab Emirates	Extractives		12
Acer	30-40%	Taiwan, China	Digital		38
Activision Blizzard	30-40%	United States of America	Digital	Yes	25
Adidas	30-40%	Germany	Apparel & Footwear	Yes	52
Aditya Birla Fashion and Retail	30-40%	India	Apparel & Footwear		56
Adobe	30-40%	United States of America	Digital		35
Aeon	10-20%	Japan	Retail		68
AES Corporation	10-20%	United States of America	Utilities		23
African Rainbow Minerals	10-20%	South Africa	Extractives		22
AGD Group	0-10%	Argentina	Food & Beverage		
AGL Energy	30-40%	Australia	Utilities	Yes	31
AGP	0-10%	United States of America	Agricultural Products		
AgriFirm	0-10%	Netherlands	Agricultural Products		29
Agropur	0-10%	Canada	Food & Beverage	Yes	
Ahold Delhaize	30-40%	Netherlands	Retail	Yes	53
Air Liquide	20-30%	France	Chemicals	Yes	28
Air Products	10-20%	United States of America	Chemicals		22



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Airbnb	20-30%	United States of America	Digital		49
AIS	20-30%	Thailand	Digital		60
Ajinomoto Group	20-30%	Japan	Food & Beverage	Yes	30
Akamai	20-30%	United States of America	Digital		27
Akzo Nobel	10-20%	Netherlands	Chemicals		27
Albemarle Corporation	10-20%	United States of America	Extractives		24
Albertsons Companies	10-20%	United States of America	Retail		49
Aldi Nord	10-20%	Germany	Retail	Yes	65
Aldi South Group	30-40%	Germany	Retail	Yes	60
Alfamart	0-10%	Indonesia	Retail		37
Alibaba	10-20%	China	Digital	Yes	50
Alicorp	10-20%	Peru	Food & Beverage		22
Alimentation Couche-Tard	0-10%	Canada	Retail	Yes	59
Allana Group	0-10%	India	Food & Beverage		
Alpek	10-20%	Mexico	Chemicals		16
Alphabet	20-30%	United States of America	Digital		34
Alpla	0-10%	Austria	Construction Materials & Supplies		25
Altice	0-10%	Luxemburg	Digital		56
Amaggi Group	20-30%	Brazil	Agricultural Products	Yes	15
Amazon	30-40%	United States of America	Digital	Yes	45
Amtcor	10-20%	United Kingdom	Construction Materials & Supplies		22
AMD	20-30%	United States of America	Digital		24
Amer International Group	0-10%	China	Extractives		
América Móvil	20-30%	Mexico	Digital	Yes	38
American Crystal	0-10%	United States of America	Agricultural Products		
American Eagle Outfitters	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		79
American Electric Power (AEP)	30-40%	United States of America	Utilities		20
American Tower	20-30%	United States of America	Real Estate		27
Amphenol	10-20%	United States of America	Digital		49
Ampol	10-20%	Australia	Extractives		42



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
AmRest	10-20%	Spain	Retail		57
Amul	0-10%	India	Food & Beverage		
Analog Devices	20-30%	United States of America	Digital		41
Anglo American	20-30%	United Kingdom	Extractives	Yes	24
AngloGold Ashanti	20-30%	South Africa	Extractives		13
Anheuser-Busch InBev	30-40%	Belgium	Food & Beverage	Yes	22
Anhui Conch Cement	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		16
Ant	0-10%	China	Digital		34
ANTA International Group Holdings	10-20%	China	Apparel & Footwear		75
Antofagasta	10-20%	United Kingdom	Extractives		20
Apache	20-30%	United States of America	Extractives		24
Apple	30-40%	United States of America	Digital		35
Applied Materials	20-30%	United States of America	Digital		19
Aramark	20-30%	United States of America	Retail		43
ARAUCO	10-20%	Chile	Construction Materials & Supplies		14
ArcelorMittal	20-30%	Luxembourg	Extractives		
Archer Daniels Midland	20-30%	United States of America	Agricultural Products	Yes	25
Arcos Dorados	10-20%	Uruguay	Retail		58
Ardagh Group	10-20%	Luxembourg	Construction Materials & Supplies		15
Arkema	20-30%	France	Chemicals		27
Arla Foods	20-30%	Denmark	Food & Beverage		27
Asahi Group	20-30%	Japan	Food & Beverage		25
Asahi Kasei Corporation	10-20%	Japan	Chemicals		29
Ascena Retail Group	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
ASICS	20-30%	Japan	Apparel & Footwear		
ASML	30-40%	Netherlands	Digital		19
Asos	30-40%	United Kingdom	Apparel & Footwear		66
Aspen Pharmacare	10-20%	South Africa	Pharmaceuticals & Biotechnology		48



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Associated British Foods	10-20%	United Kingdom	Food & Beverage		54
Astellas Pharma	20-30%	Japan	Pharmaceuticals & Biotechnology		47
Astra Agro Lestari	10-20%	Indonesia	Agricultural Products	Yes	12
AstraZeneca	20-30%	United Kingdom	Pharmaceuticals & Biotechnology		53
ASUS	10-20%	Taiwan, China	Digital		39
AT&T	30-40%	United States of America	Digital		31
ATH	0-10%	Fiji	Digital		53
Auchan	10-20%	France	Retail	Yes	59
Aurobindo Pharma	0-10%	India	Pharmaceuticals & Biotechnology		10
Aurora Alimentos	0-10%	Brazil	Food & Beverage		
Aurubis	10-20%	Germany	Extractives	Yes	13
Austevoll Seafood	10-20%	Norway	Food & Beverage	Yes	33
Autogrill	10-20%	Italy	Retail		60
Avery Dennison Corporation	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		38
Avril Group	10-20%	France	Agricultural Products	Yes	30
Axiata	10-20%	Malaysia	Digital	Yes	32
B&G Foods	10-20%	United States of America	Food & Beverage		33
Bachoco	0-10%	Mexico	Food & Beverage		28
Baidu	20-30%	China	Digital		38
Bajaj Hindusthan Sugar	0-10%	India	Agricultural Products		
Ball Corporation	20-30%	United States of America	Construction Materials & Supplies		19
Baotou Iron and Steel Group	0-10%	China	Extractives		
Barilla	20-30%	Italy	Food & Beverage	Yes	31
Barrick Gold	20-30%	Canada	Extractives		11
Barry Callebaut	10-20%	Switzerland	Food & Beverage		
BASF	20-30%	Germany	Chemicals	Yes	26
Basra Oil Company	0-10%	Iraq	Extractives		
Bausch Health	10-20%	Canada	Pharmaceuticals & Biotechnology		
Bayer	40-50%	Germany	Chemicals	Yes	42
BayWa	20-30%	Germany	Agricultural Products		30



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
BBK Electronics	0-10%	China	Digital		
BCE	20-30%	Canada	Digital		32
Beidahuang Group	0-10%	China	Agricultural Products		
Berry Global	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies	Yes	29
BESTSELLER	10-20%	Denmark	Apparel & Footwear		78
BetAgro	0-10%	Thailand	Agricultural Products		
Bezeq	0-10%	Israel	Digital		34
Bharat Petroleum	0-10%	India	Extractives		8
Bharti Airtel	20-30%	India	Digital		10
BHP Group	40-50%	Australia	Extractives		32
Bidcorp	10-20%	South Africa	Retail		29
BioMar	20-30%	Denmark	Food & Beverage	Yes	
Block	10-20%	United States of America	Digital		45
Bloomin' Brands	10-20%	United States of America	Retail		
Blue Diamond Growers	0-10%	United States of America	Food & Beverage	Yes	42
BOE	0-10%	China	Digital		31
Bolton Group	20-30%	Italy	Food & Beverage	Yes	53
Bonduelle	20-30%	France	Food & Beverage		42
Booking Holdings	10-20%	United States of America	Digital		47
Boparan	0-10%	United Kingdom	Food & Beverage	Yes	
Borealis	10-20%	Austria	Chemicals		22
BP	30-40%	United Kingdom	Extractives	Yes	39
BRF	20-30%	Brazil	Food & Beverage	Yes	42
Bridgestone	30-40%	Japan	Construction Materials & Supplies	Yes	12
Bright Food Group	0-10%	China	Food & Beverage		
Brinker International	10-20%	United States of America	Retail		52
Bristol Myers Squibb	30-40%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		
Broadcom	10-20%	United States of America	Digital		21
Brown-Forman	20-30%	United States of America	Food & Beverage		37
BT	10-20%	United Kingdom	Digital		26
Bumi Resources	10-20%	Indonesia	Extractives		30



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Bumitama Agri	10-20%	Singapore	Agricultural Products		29
Bunge	10-20%	United States of America	Agricultural Products		23
Burberry	30-40%	United Kingdom	Apparel & Footwear	Yes	67
Bytedance	0-10%	China	Digital		
C&S Wholesale Grocers	0-10%	United States of America	Retail		
C.H. Boehringer Sohn AG & Co	0-10%	Germany	Pharmaceuticals & Biotechnology		
Calavo Growers	10-20%	United States of America	Food & Beverage		56
California Resources	20-30%	United States of America	Extractives		19
Campbell's	20-30%	United States of America	Food & Beverage		39
Canadian Natural Resources	10-20%	Canada	Extractives		
Canadian Solar	10-20%	Canada	Capital Goods		36
Canon	30-40%	Japan	Digital		17
Capgemini	20-30%	France	Digital		38
Capri Holdings	20-30%	United Kingdom	Apparel & Footwear		72
Cargill	30-40%	United States of America	Agricultural Products	Yes	18
Carlsberg	20-30%	Denmark	Food & Beverage	Yes	31
Carozzi	0-10%	Chile	Food & Beverage		41
Carrefour	20-30%	France	Retail		55
Carter's	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		81
Celanese	20-30%	United States of America	Chemicals		25
Cencosud	20-30%	Chile	Retail		51
Cenovus Energy	20-30%	Canada	Extractives		29
Central Retail	10-20%	Thailand	Retail		62
Century Pacific Food	20-30%	Philippines	Food & Beverage		43
CEZ Group	20-30%	Czech Republic	Utilities		22
CF Industries	20-30%	United States of America	Agricultural Products	Yes	15
Chanel	10-20%	United Kingdom	Apparel & Footwear		
Charoen Pokphand Group	20-30%	Thailand	Agricultural Products	Yes	52
Cheng Shin Rubber	0-10%	Taiwan, China			



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Chesapeake Energy	20-30%	United States of America	Extractives		25
Chevron	40-50%	United States of America	Extractives	Yes	27
Chevron Phillips	10-20%	United States of America	Chemicals		22
China Datang Corp	0-10%	China	Utilities		
China Energy Investment Group (CHN Energy)	0-10%	China	Utilities		16
China Huadian Corporation	0-10%	China	Utilities		
China Huaneng Group	0-10%	China	Utilities		
China International Marine Containers (Group)	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		17
China Mengniu Dairy	0-10%	Hong Kong, China	Food & Beverage		41
China Mobile	0-10%	China	Digital		53
China National Chemical Corporation (ChemChina)	0-10%	China	Chemicals		
China National Offshore Oil	10-20%	China	Extractives		16
China National Petroleum	0-10%	China	Extractives		30
China Petroleum and Chemical Corporation Limited (Sinopec)	0-10%	China	Extractives		32
China Resources	0-10%	China	Conglomerates		
China Satcom	0-10%	China	Digital		
China Telecom	0-10%	China	Digital		32
China Three Gorges	0-10%	China	Utilities		
China Unicom	0-10%	China	Digital		
Chipotle Mexican Grill	10-20%	United States of America	Retail		
CHS	10-20%	United States of America	Agricultural Products		23
Chubu Electric Power	20-30%	Japan	Utilities	Yes	13
Chugoku Electric Power Company	10-20%	Japan	Utilities		13
Chunghwa Telecom	20-30%	Taiwan, China	Digital		30
Cipla	20-30%	India	Pharmaceuticals & Biotechnology		14
Cisco	20-30%	United States of America	Digital		28
CITIC Pacific Special Steel	0-10%	China	Extractives		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Citrix	0-10%	United States of America	Digital		
Citrosuco	10-20%	Brazil	Agricultural Products		40
Cloudflare	10-20%	United States of America	Digital		32
CLP Holdings	20-30%	Hong Kong, China	Utilities	Yes	27
CMOC	20-30%	China	Extractives		11
CMPC	10-20%	Chile	Construction Materials & Supplies		18
CMS Energy	10-20%	United States of America	Utilities		28
Coamo Agroindustrial Cooperativa	0-10%	Brazil	Agricultural Products		
Codelco	0-10%	Chile	Extractives		14
COFCO	0-10%	China	Agricultural Products		32
Cogent	0-10%	United States of America	Digital		23
Cognizant	10-20%	United States of America	Digital		38
Coles Group	30-40%	Australia	Retail	Yes	50
Colruyt	0-10%	Belgium	Retail		41
Columbia Sportswear	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		55
Comcast	20-30%	United States of America	Digital		37
Comision Federal de Electricidad (CFE)	0-10%	Mexico	Utilities		
Compagnie des Bois du Gabon	0-10%	Gabon	Construction Materials & Supplies		10
Compania Espanola de Petroleos (CEPSA)	30-40%	Spain	Extractives		38
Compass Group	20-30%	United Kingdom	Retail		57
Conad	0-10%	Italy	Food & Beverage		
Conagra Brands	20-30%	United States of America	Food & Beverage		40
ConocoPhillips	30-40%	United States of America	Extractives		26
Constellation Brands	30-40%	United States of America	Food & Beverage		43
Constellation Energy	20-30%	United States of America	Utilities		22
Continental	10-20%	Germany	Construction Materials & Supplies		
Cooke	0-10%	Canada	Food & Beverage		
COOP Group	10-20%	Switzerland	Retail		52



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Cooperatie Coforta	0-10%	Netherlands	Food & Beverage		
Copersucar	10-20%	Brazil	Agricultural Products		18
Corning	20-30%	United States of America	Digital		38
Corteva Agriscience	20-30%	United States of America	Agricultural Products		33
Cosmo Energy	10-20%	Japan	Extractives		
Costco Wholesale	10-20%	United States of America	Retail		
Cosun	0-10%	Netherlands	Food & Beverage		23
Covestro	20-30%	Germany	Chemicals		23
CPC	0-10%	Taiwan, China	Extractives		
Crown Holdings	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		19
Cutrale	0-10%	Brazil	Food & Beverage		
Daiichi Sankyo	10-20%	Japan	Pharmaceuticals & Biotechnology		38
Dairy Farmers of America	10-20%	United States of America	Food & Beverage		
Dangote Industries	0-10%	Nigeria	Conglomerates		
Danish Agro	0-10%	Denmark	Agricultural Products		16
Danish Crown	10-20%	Denmark	Agricultural Products		
Danone	30-40%	France	Food & Beverage	Yes	32
Darden Restaurants	20-30%	United States of America	Retail		
De Heus	0-10%	Netherlands	Agricultural Products		
Decathlon	10-20%	France	Apparel & Footwear		47
Del Monte Pacific	10-20%	United States of America	Food & Beverage		37
Delivery Hero	20-30%	Germany	Digital		33
Dell	20-30%	United States of America	Digital		34
Designer Brands	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		
Deutsche Telekom	20-30%	Germany	Digital		36
Devon Energy	20-30%	United States of America	Extractives		24
Dexco	10-20%	Brazil	Construction Materials & Supplies		21
Diageo	40-50%	United Kingdom	Food & Beverage	Yes	36
DIC Corporation	10-20%	Japan	Chemicals		21



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
DiDi	0-10%	China	Digital		
Digicel	0-10%	Jamaica	Digital		51
Digital Realty Trust	10-20%	United States of America	Digital		25
DLG Group	0-10%	Denmark	Agricultural Products		27
DMK	10-20%	Germany	Food & Beverage		31
Dole	10-20%	Ireland	Agricultural Products		20
Dominion Energy	20-30%	United States of America	Utilities		23
Domino's	20-30%	United States of America	Retail		
Dongling Group	0-10%	China	Extractives		
Dongwon Enterprise	0-10%	Republic of Korea	Food & Beverage		
DOW	20-30%	United States of America	Chemicals		30
Dr Reddy's Laboratories	20-30%	India	Pharmaceuticals & Biotechnology		22
Driscoll's	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
DS Smith	10-20%	United Kingdom	Construction Materials & Supplies		23
DSM	10-20%	Netherlands	Chemicals	Yes	31
Duke Energy	20-30%	United States of America	Utilities		24
DuPont	20-30%	United States of America	Chemicals		31
e&	10-20%	United Arab Emirates	Digital		25
E.Leclerc	0-10%	France	Retail		
E.ON	10-20%	Germany	Utilities		32
Eastman Chemical	10-20%	United States of America	Chemicals		27
Eaton Corporation	30-40%	Ireland	Capital Goods		34
eBay	10-20%	United States of America	Digital		42
Ebro Foods	20-30%	Spain	Food & Beverage		30
EchoStar	0-10%	United States of America	Digital		
Ecolab	30-40%	United States of America	Chemicals		28
ECOM Agroindustrial	10-20%	Switzerland	Agricultural Products	Yes	
Ecopetrol	30-40%	Colombia	Extractives	Yes	25
ED&F Man	10-20%	United Kingdom	Agricultural Products		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Edeka Zentrale	10-20%	Germany	Retail		
EDP Energias de Portugal	30-40%	Portugal	Utilities		28
Egyptian Electricity Holding Company (EEHC)	0-10%	Egypt	Utilities		
Egyptian General Petroleum	0-10%	Egypt	Extractives		
Électricité de France (EDF)	10-20%	France	Utilities		26
Electricity Generating Authority of Thailand	0-10%	Thailand	Utilities		
Eletrobras	20-30%	Brazil	Utilities		19
Eli Lilly and Company	10-20%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		51
Elior Group	20-30%	France	Retail		70
Elisa	20-30%	Finland	Digital	Yes	30
E-Mart	0-10%	Republic of Korea	Retail		59
Emirates National Oil Company	10-20%	United Arab Emirates	Extractives		16
EnBW Energie Baden-Wuerttemberg	20-30%	Germany	Utilities		28
Enel	20-30%	Italy	Utilities		23
ENEOS	20-30%	Japan	Extractives	Yes	13
ENGIE	10-20%	France	Utilities		26
Eni	50-60%	Italy	Extractives	Yes	26
Enterprise Products Partners	10-20%	United States of America	Extractives		14
EOG Resources	10-20%	United States of America	Extractives		29
Equinix	10-20%	United States of America	Real Estate		26
Equinor	10-20%	Norway	Extractives		31
Ericsson	20-30%	Sweden	Digital		26
Eskom Holdings	10-20%	South Africa	Utilities		34
Ethio Telecom	0-10%	Ethiopia	Digital		
EuroChem	0-10%	Switzerland	Chemicals		
Eutelsat	20-30%	France	Digital		33
Evonik	20-30%	Germany	Chemicals		26
EW Group	0-10%	Germany	Food & Beverage		
Exelon Corporation	20-30%	United States of America	Utilities		28
Exxon Mobil	20-30%	United States of America	Extractives	Yes	29
Ezaki Glico	10-20%	Japan	Food & Beverage		44
Falabella	40-50%	Chile	Retail	Yes	51
Far EasTone	30-40%	Taiwan, China	Digital		49



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Fast Retailing	30-40%	Japan	Apparel & Footwear	Yes	69
FCF Co., Ltd.	20-30%	Taiwan, China	Food & Beverage	Yes	
Ferragamo	20-30%	Italy	Apparel & Footwear		
Ferrero	20-30%	Luxembourg	Food & Beverage	Yes	44
FGV	20-30%	Malaysia	Agricultural Products	Yes	14
Firmenich	40-50%	Switzerland	Food & Beverage	Yes	41
First Quantum Minerals	10-20%	Canada	Extractives		11
First Solar	10-20%	United States of America	Capital Goods		19
Flour Mills of Nigeria	10-20%	Nigeria	Food & Beverage		13
FMC	30-40%	United States of America	Agricultural Products	Yes	32
Fonterra	20-30%	New Zealand	Food & Beverage	Yes	29
Foot Locker	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		49
Forever 21	0-10%	United States of America	Apparel & Footwear		
ForFarmers	20-30%	Netherlands	Agricultural Products		22
Formosa Petrochemical	0-10%	Taiwan, China	Extractives		
Formosa Plastics	0-10%	Taiwan, China	Chemicals		10
Fortescue	20-30%	Australia	Extractives		23
Fortum	30-40%	Finland	Utilities	Yes	31
Foxconn	10-20%	Taiwan, China	Digital		21
Freeport-McMoRan	20-30%	United States of America	Extractives	Yes	13
FrieslandCampina	20-30%	Netherlands	Food & Beverage		29
Fufeng Group	0-10%	China	Food & Beverage		21
Fuji Oil	20-30%	Japan	Agricultural Products	Yes	22
Fujian Sunner Development Corporation	0-10%	China	Food & Beverage		
Fung Group	0-10%	Hong Kong, China	Apparel & Footwear		
GAIL (India)	20-30%	India	Extractives		7
Galp Energia	40-50%	Portugal	Extractives	Yes	44
Ganfeng Lithium	0-10%	China	Extractives		34
Gap	40-50%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	76
Gazprom	0-10%	Russian Federation	Extractives	Yes	21



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Gd Power Development Company	0-10%	China	Utilities		
General Electric Company (GE)	10-20%	United States of America	Capital Goods		23
General Mills	20-30%	United States of America	Food & Beverage		45
G-III Apparel Group	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		71
Gildan Activewear	30-40%	Canada	Apparel & Footwear	Yes	45
Gilead Sciences	20-30%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		53
Givaudan	20-30%	Switzerland	Chemicals	Yes	35
Glencore	20-30%	Switzerland	Extractives	Yes	17
GlobalFoundries	20-30%	United States of America	Digital	Yes	24
Globe	20-30%	Philippines	Digital	Yes	45
Gold Fields	20-30%	South Africa	Extractives		23
Golden Agri-Resources	10-20%	Singapore	Agricultural Products	Yes	18
Goodyear Tire & Rubber	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		13
GoTo	10-20%	Indonesia	Digital	Yes	35
Grab	20-30%	Singapore	Digital		43
GrainCorp	20-30%	Australia	Agricultural Products	Yes	27
Graphic Packaging International	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		23
Greenyard	10-20%	Belgium	Food & Beverage	Yes	33
Groupe Bigard	0-10%	France	Food & Beverage		
Groupe Casino	10-20%	France	Retail		51
Groupe Limagrain	0-10%	France	Agricultural Products		39
Groupe Pomona	0-10%	France	Food & Beverage		
Gruma	0-10%	Mexico	Food & Beverage		29
Grupo Arcor	20-30%	Argentina	Food & Beverage	Yes	25
Grupo Bimbo	20-30%	Mexico	Food & Beverage	Yes	21
Grupo Comercial Chedraui	0-10%	Mexico	Retail		48
Grupo Lala	0-10%	Mexico	Food & Beverage	Yes	
Grupo Mexico	20-30%	Mexico	Extractives	Yes	7
Grupo Nutresa	10-20%	Colombia	Food & Beverage		36
Gruppo Cremonini	0-10%	Italy	Food & Beverage		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Gruppo Veronesi	0-10%	Italy	Agricultural Products		38
GS Holdings	0-10%	Republic of Korea	Extractives		25
GSK	30-40%	United Kingdom	Pharmaceuticals & Biotechnology		47
GTT	0-10%	United States of America	Digital		37
Guangdong Haid Group	0-10%	China	Agricultural Products		
Guess?	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
Guizhou Phosphate Chemical Group	0-10%	China	Chemicals		
Halcyon Agri	10-20%	Singapore	Construction Materials & Supplies		50
Hanesbrands	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		68
Hankook Tire & Technology	30-40%	Republic of Korea	Construction Materials & Supplies	Yes	10
Hanwha Solutions	10-20%	Republic of Korea	Chemicals		17
Harim	0-10%	Republic of Korea	Food & Beverage		
Harmony Gold	0-10%	South Africa	Extractives		
HCL	20-30%	India	Digital		28
Heidelberg Materials	20-30%	Germany	Construction Materials & Supplies		14
Heilan Group	0-10%	China	Apparel & Footwear		
Heineken	20-30%	Netherlands	Food & Beverage		24
Hellenic Petroleum	10-20%	Greece	Extractives		20
Hengli Petrochemical	0-10%	China	Chemicals		
Henkel	20-30%	Germany	Chemicals		37
Hennes & Mauritz (H&M)	20-30%	Sweden	Apparel & Footwear	Yes	75
Heraeus Holding	10-20%	Germany	Extractives		34
Hermes International	30-40%	France	Apparel & Footwear	Yes	67
Hess	20-30%	United States of America	Extractives		27
Holcim	20-30%	Switzerland	Construction Materials & Supplies	Yes	17
HollyFrontier	0-10%	United States of America	Extractives		17
Honeywell International	10-20%	United States of America	Capital Goods		30



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Hormel Foods	20-30%	United States of America	Food & Beverage	Yes	38
HP	30-40%	United States of America	Digital		37
HPE	50-60%	United States of America	Digital	Yes	33
Huawei	10-20%	China	Digital		21
Huayou Cobalt	10-20%	China	Extractives		14
Hugo Boss	40-50%	Germany	Apparel & Footwear	Yes	60
Huntsman Corporation	10-20%	United States of America	Chemicals		29
Iberdrola	20-30%	Spain	Utilities		24
IBM	20-30%	United States of America	Digital		37
ICA Gruppen	10-20%	Sweden	Retail		67
ICL	10-20%	Israel	Agricultural Products		20
Idemitsu Kosan	10-20%	Japan	Extractives		13
iFlytek	0-10%	China	Digital		
Iliad	10-20%	France	Digital		31
Ilim Timber	0-10%	Switzerland	Construction Materials & Supplies		
Implats	20-30%	South Africa	Extractives		13
Indian Farmers Fertiliser Cooperative	0-10%	India	Agricultural Products		
IndianOil	20-30%	India	Extractives		9
Indofood	0-10%	Indonesia	Food & Beverage		16
Indorama Ventures	10-20%	Thailand	Chemicals		25
Industria de Diseño Textil (Inditex)	40-50%	Spain	Apparel & Footwear	Yes	75
Industrias Peñoles	10-20%	Mexico	Extractives		13
INEOS	10-20%	United Kingdom	Chemicals		17
Infineon	20-30%	Germany	Digital		36
Infosys	20-30%	India	Digital		39
Inghams	10-20%	Australia	Food & Beverage		41
Ingredion	10-20%	United States of America	Food & Beverage	Yes	19
Inmarsat	10-20%	United Kingdom	Digital	Yes	
Inpex	20-30%	Japan	Extractives		19
Inspire Brands	0-10%	United States of America	Retail		
Intel	40-50%	United States of America	Digital	Yes	28
Inter RAO	0-10%	Russian Federation	Utilities		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Intercorp	0-10%	Peru	Retail	Yes	
Interholco	0-10%	Switzerland	Construction Materials & Supplies	Yes	5
International Flavors & Fragrances	30-40%	United States of America	Food & Beverage		36
International Paper	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		18
Iridium	0-10%	United States of America	Digital		24
Itochu	20-30%	Japan	Conglomerates		24
Itoham Yonekyu	0-10%	Japan	Food & Beverage		
J Crew Group	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	
J Power	10-20%	Japan	Utilities		13
J.D. Heiskell & Company	0-10%	United States of America	Agricultural Products		
J.R. Simplot	10-20%	United States of America	Food & Beverage		
JBS	10-20%	Brazil	Food & Beverage		40
JD.com	0-10%	China	Digital		22
JDE Peet's	20-30%	Netherlands	Food & Beverage	Yes	42
Jeronimo Martins	20-30%	Portugal	Retail	Yes	76
Jiangsu Hengrui Medicine	0-10%	China	Pharmaceuticals & Biotechnology		43
Jiangxi Copper	0-10%	China	Extractives		15
Jinchuan Group	0-10%	China	Extractives		8
Jio	10-20%	India	Digital		
JiuQuan Iron and Steel Group	0-10%	China	Extractives		
JM Smucker	30-40%	United States of America	Food & Beverage		30
Johnson & Johnson	30-40%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		49
Johnson Matthey	20-30%	United Kingdom	Chemicals		30
Jollibee	10-20%	Philippines	Retail		51
JOYY	0-10%	Singapore	Digital		
JSW Energy	10-20%	India	Utilities		5
Juan Garcia Lax	0-10%	Germany	Food & Beverage		
Jumia	0-10%	Nigeria	Digital		35
Juniper Networks	20-30%	United States of America	Digital		23
K+S	20-30%	Germany	Agricultural Products		11



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Kangde Xin Composite Material Group	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		9
Kansai Electric Power Company (KEPCO)	10-20%	Japan	Utilities		
KDDI	20-30%	Japan	Digital		25
K-Electric	20-30%	Pakistan	Utilities		4
Kellogg's	20-30%	United States of America	Food & Beverage		
Kering	40-50%	France	Apparel & Footwear	Yes	63
Kernel	10-20%	Ukraine	Agricultural Products		28
Kerry Group	20-30%	Ireland	Food & Beverage	Yes	33
Keurig Dr Pepper	20-30%	United States of America	Food & Beverage	Yes	19
Kewpie Corporation	10-20%	Japan	Food & Beverage		51
KEYENCE	10-20%	Japan	Capital Goods		
Kikkoman Corporation	0-10%	Japan	Food & Beverage	Yes	
Kinross Gold	10-20%	Canada	Extractives		13
Kirana Megatara	0-10%	Indonesia	Construction Materials & Supplies		9
Kirin	20-30%	Japan	Food & Beverage	Yes	30
Klabin	20-30%	Brazil	Construction Materials & Supplies		17
Koch Foods	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Koch Industries	10-20%	United States of America	Conglomerates		
Kohl's	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		76
Korea Electric Power Corporation (KEPCO/Hanjeon)	10-20%	Republic of Korea	Utilities		
KPN	20-30%	Netherlands	Digital		22
Kraft Heinz	20-30%	United States of America	Food & Beverage		37
KRBL	10-20%	India	Agricultural Products		82
Kroger	10-20%	United States of America	Retail		50
KT	10-20%	Republic of Korea	Digital		18
Kuwait Petroleum Corporation	10-20%	Kuwait	Extractives		51
Kweichow Moutai	0-10%	China	Food & Beverage		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
KWS	10-20%	Germany	Agricultural Products		36
Kyocera	10-20%	Japan	Capital Goods		
Kyokuyo	0-10%	Japan	Food & Beverage	Yes	26
Kyushu Electric Power	10-20%	Japan	Utilities		13
Lactalis	0-10%	France	Food & Beverage		
Lam Research	30-40%	United States of America	Digital		20
Lamb Weston	10-20%	United States of America	Food & Beverage	Yes	37
Land O'Lakes	10-20%	United States of America	Food & Beverage		45
LANXESS	20-30%	Germany	Chemicals	Yes	21
Largan Precision	10-20%	Taiwan, China	Digital		47
LDC Groupe	0-10%	France	Food & Beverage		
Lenovo	30-40%	China	Digital		37
Les Mousquetaires	0-10%	France	Retail		
Levi Strauss & Co.	30-40%	United States of America	Apparel & Footwear		89
LG Chem	20-30%	Republic of Korea	Chemicals		15
LG Electronics	30-40%	Republic of Korea	Digital	Yes	21
Liberty Global	20-30%	United Kingdom	Digital		32
Linde	20-30%	Ireland	Chemicals		28
Lindt & Sprüngli	10-20%	Switzerland	Food & Beverage	Yes	60
Lingyunhai Sugar Group	0-10%	China	Agricultural Products		
Liquid Telecom	0-10%	United Kingdom	Digital		
Loblaw	20-30%	Canada	Retail		52
Logitech	30-40%	Switzerland	Digital	Yes	37
Lojas Renner	10-20%	Brazil	Apparel & Footwear		64
LOTTE Chemical	10-20%	Republic of Korea	Chemicals		16
LOTTE Corporation	20-30%	Republic of Korea	Conglomerates		24
Louis Dreyfus Company	10-20%	Netherlands	Agricultural Products		27
LPP	10-20%	Poland	Apparel & Footwear		87
Lukoil	10-20%	Russian Federation	Extractives		41
Lululemon Athletica	20-30%	Canada	Apparel & Footwear		75
Lumen	20-30%	United States of America	Digital		32
Lupin	10-20%	India	Pharmaceuticals & Biotechnology		9



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton	20-30%	France	Apparel & Footwear		71
Lyft	30-40%	United States of America	Digital		40
LyondellBasell Industries	20-30%	Netherlands	Chemicals		19
M Dias Branco	10-20%	Brazil	Food & Beverage		28
Ma'aden	10-20%	Saudi Arabia	Extractives		3
Macy's	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		73
Maderacre	0-10%	Peru	Construction Materials & Supplies	Yes	
Magnit	10-20%	Russian Federation	Retail		78
Mahagenco	0-10%	India	Utilities		
Marathon Oil	20-30%	United States of America	Extractives	Yes	29
Marathon Petroleum	30-40%	United States of America	Extractives		18
Marfrig	10-20%	Brazil	Food & Beverage		31
Marks & Spencer	30-40%	United Kingdom	Retail	Yes	69
Mars	10-20%	United States of America	Food & Beverage	Yes	
Marubeni Corporation	20-30%	Japan	Conglomerates		27
Maruha Nichiro	10-20%	Japan	Food & Beverage	Yes	26
McCain Foods	20-30%	Canada	Food & Beverage	Yes	35
McCormick	20-30%	United States of America	Food & Beverage	Yes	
McDonald's	20-30%	United States of America	Retail		
MediaTek	10-20%	Taiwan, China	Digital		20
MegaFon	0-10%	Russian Federation	Digital		54
Megmilk Snow Brand	10-20%	Japan	Food & Beverage		17
Meiji	20-30%	Japan	Food & Beverage	Yes	
Meituan	10-20%	China	Digital		38
Mercado Libre	20-30%	Argentina	Digital		41
Mercadona	10-20%	Spain	Retail		61
Merck & Co	40-50%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology	Yes	50
Merck KGaA	20-30%	Germany	Pharmaceuticals & Biotechnology		35
Meta	30-40%	United States of America	Digital		37
METRO	20-30%	Germany	Retail		48



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Metsaliitto Osuuskunta (Metsä Group)	20-30%	Finland	Construction Materials & Supplies	Yes	24
Mewah	10-20%	Singapore	Agricultural Products	Yes	27
MHP	10-20%	Ukraine	Food & Beverage		
Michelin	20-30%	France	Construction Materials & Supplies		20
Microchip	20-30%	United States of America	Digital		40
Micron	30-40%	United States of America	Digital	Yes	31
Microsoft	20-30%	United States of America	Digital		31
Migros	10-20%	Switzerland	Retail		59
Millicom	20-30%	Luxembourg	Digital	Yes	42
Minerva	10-20%	Brazil	Food & Beverage	Yes	27
Mitr Phol Sugar Corp	0-10%	Thailand	Agricultural Products		
Mitsubishi Corporation	10-20%	Japan	Conglomerates		
Mitsui	20-30%	Japan	Conglomerates		34
MOL Magyar Olajes Gazipari Nyrt	20-30%	Hungary	Extractives	Yes	25
Molinos	0-10%	Argentina	Food & Beverage		
Molson Coors	20-30%	United States of America	Food & Beverage		27
Mondelez International	30-40%	United States of America	Food & Beverage	Yes	
Mondi	30-40%	United Kingdom	Construction Materials & Supplies	Yes	22
Monster Beverage	10-20%	United States of America	Food & Beverage		
Mosaic	10-20%	United States of America	Chemicals		15
Mowi	20-30%	Norway	Food & Beverage	Yes	38
Mr. Price	10-20%	South Africa	Apparel & Footwear		72
MTN	20-30%	South Africa	Digital		40
MTS	10-20%	Russian Federation	Digital		46
Mueller	0-10%	Germany	Food & Beverage		
Murata	20-30%	Japan	Capital Goods	Yes	47
Murugappa Group	0-10%	India	Conglomerates		
Musim Mas	20-30%	Singapore	Agricultural Products	Yes	22
Muyuan Foods	0-10%	China	Food & Beverage		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Naftogaz	10-20%	Ukraine	Extractives		24
Nampak	10-20%	South Africa	Construction Materials & Supplies		
Nan Ya Plastics Corporation	0-10%	Taiwan, China	Chemicals		25
Naspers	10-20%	South Africa	Digital		44
National Agricultural Cooperative Federation	0-10%	Republic of Korea	Agricultural Products		
National Iranian Oil Company	0-10%	Iran	Extractives		
National Oil Corporation of Libya	0-10%	Libya	Extractives		
Naturgy Energy	20-30%	Spain	Extractives	Yes	32
NAVER	20-30%	Republic of Korea	Digital		37
NEC	20-30%	Japan	Digital	Yes	20
Nepal Telecom	0-10%	Nepal	Digital		
Neste	30-40%	Finland	Extractives	Yes	32
Nestlé	40-50%	Switzerland	Food & Beverage	Yes	40
NetApp	20-30%	United States of America	Digital		24
NetEase	0-10%	China	Digital		36
Netflix	0-10%	United States of America	Digital		52
New Balance	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	51
New Hope Group	0-10%	China	Agricultural Products		
Newcrest Mining	20-30%	Australia	Extractives		17
Newmont	20-30%	United States of America	Extractives	Yes	14
Newrest	0-10%	France	Retail		
Next	20-30%	United Kingdom	Apparel & Footwear		69
Nextera Energy	10-20%	United States of America	Utilities		24
NGL Energy Partners	0-10%	United States of America	Extractives		22
NH Foods	0-10%	Japan	Food & Beverage		28
Nichirei	10-20%	Japan	Food & Beverage	Yes	37
Nigerian National Petroleum Corporation	0-10%	Nigeria	Extractives		
Nike	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		50
Nine Dragons Paper	0-10%	Hong Kong, China	Construction Materials & Supplies		12



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Nintendo	10-20%	Japan	Digital	Yes	29
Nippon Painting Holdings	10-20%	Japan	Chemicals		26
Nippon Paper Industries	10-20%	Japan	Construction Materials & Supplies		9
Nippon Steel Corporation	10-20%	Japan	Extractives		10
Nisshin Seifun Group	10-20%	Japan	Food & Beverage	Yes	30
Nissui Corporation	0-10%	Japan	Food & Beverage	Yes	
NK KazMunayGaz	10-20%	Kazakhstan	Extractives		18
NLMK Group	10-20%	Russian Federation	Extractives		25
Nokia	30-40%	Finland	Digital	Yes	23
Nomad Foods	10-20%	United Kingdom	Agricultural Products		32
Nordstrom	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		66
Nordzucker	10-20%	Germany	Agricultural Products		22
Norgesgruppen	10-20%	Norway	Retail		49
Nornickel	10-20%	Russian Federation	Extractives		28
Northam Platinum	10-20%	South Africa	Extractives		18
Novartis	40-50%	Switzerland	Pharmaceuticals & Biotechnology		51
Novatek	20-30%	Russian Federation	Extractives		22
Novo Nordisk	20-30%	Denmark	Pharmaceuticals & Biotechnology		49
Novozymes	20-30%	Denmark	Chemicals		39
NRG Energy Inc.	20-30%	United States of America	Utilities		32
NTPC	20-30%	India	Utilities		7
NTT	20-30%	Japan	Digital		20
Nueva Pescanova	30-40%	Spain	Food & Beverage	Yes	39
Nufarm	20-30%	Australia	Agricultural Products		27
Nutreco	20-30%	Netherlands	Agricultural Products	Yes	25
Nutrien	20-30%	Canada	Chemicals	Yes	21
Nvidia	40-50%	United States of America	Digital	Yes	19
NXP	20-30%	Netherlands	Digital		37
Occidental Petroleum	20-30%	United States of America	Extractives		22
Ocean Spray Cranberries	0-10%	United States of America	Food & Beverage		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
OCP	30-40%	Morocco	Chemicals	Yes	9
Oetker	10-20%	Germany	Food & Beverage		
O-I	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		17
Oil and Natural Gas Corporation	10-20%	India	Extractives		8
OJI Holdings Corporation	10-20%	Japan	Construction Materials & Supplies		19
Ola	0-10%	India	Digital		
Olam International	10-20%	Singapore	Agricultural Products		
Omantel	0-10%	Oman	Digital		24
OMV	20-30%	Austria	Extractives	Yes	27
Ooredoo	20-30%	Qatar	Digital		
Oracle	20-30%	United States of America	Digital		30
Orange	10-20%	France	Digital		36
Organizacion Soriana	0-10%	Mexico	Retail		50
Origin Energy	30-40%	Australia	Utilities		
Orkla	20-30%	Norway	Food & Beverage		47
Ørsted	30-40%	Denmark	Utilities	Yes	33
OSI Group	0-10%	United States of America	Food & Beverage		39
OTE	30-40%	Greece	Digital	Yes	41
Otsuka	20-30%	Japan	Pharmaceuticals & Biotechnology		28
Otto Group	10-20%	Germany	Apparel & Footwear		
OUG	0-10%	Japan	Food & Beverage		
Pacific Gas and Electric (PG&E)	20-30%	United States of America	Utilities		26
Pacific Seafood Group	0-10%	United States of America	Food & Beverage	Yes	
Packaging Corporation of America (PCA)	20-30%	United States of America	Construction Materials & Supplies	Yes	17
Pactiv Evergreen	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		28
Page Industries	20-30%	India	Apparel & Footwear		82
Palantir	10-20%	United States of America	Digital	Yes	
PaTel	0-10%	Palestine	Digital		
Pampa Energia	20-30%	Argentina	Utilities		15
Panasonic	20-30%	Japan	Digital	Yes	



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Paper Excellence	10-20%	Canada	Construction Materials & Supplies		
Parlevliet & Van der Plas	0-10%	Netherlands	Food & Beverage	Yes	
PayPal	30-40%	United States of America	Digital	Yes	44
PBF Energy	10-20%	United States of America	Extractives		15
PCCW	10-20%	Hong Kong, China	Digital		41
Pemex	10-20%	Mexico	Extractives		28
Pentland Group	10-20%	United Kingdom	Apparel & Footwear		
People's Food	0-10%	China	Food & Beverage		
PepsiCo	20-30%	United States of America	Food & Beverage		27
Perdue Farms	10-20%	United States of America	Food & Beverage		
Perfetti van Melle	10-20%	Italy	Food & Beverage		
Performance Food Group	20-30%	United States of America	Retail		
Pernod Ricard	20-30%	France	Food & Beverage	Yes	39
Pertamina	10-20%	Indonesia	Extractives	Yes	18
Perusahaan Listrik Negara (PLN)	0-10%	Indonesia	Utilities		20
Petrobras	20-30%	Brazil	Extractives		17
Petroecuador	0-10%	Ecuador	Extractives		
Petroleos de Venezuela	0-10%	Venezuela	Extractives		
Petroleum Development Oman	20-30%	Oman	Extractives		14
PETRONAS	20-30%	Malaysia	Extractives		28
PetroSA	0-10%	South Africa	Extractives		
Pfizer	30-40%	United States of America	Pharmaceuticals & Biotechnology		51
Phillips 66	20-30%	United States of America	Extractives		20
PhosAgro	10-20%	Russian Federation	Agricultural Products		33
PHW Group	0-10%	Germany	Food & Beverage	Yes	
Pick N Pay Stores	10-20%	South Africa	Retail		64
Pinduoduo	0-10%	China	Digital		
Pioneer Natural Resources	20-30%	United States of America	Extractives		27
Pirelli & C	10-20%	Italy	Construction Materials & Supplies		15
PKN Orlen	20-30%	Poland	Extractives		24



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
PLDT	20-30%	Philippines	Digital	Yes	27
Polska Grupa Energetyczna S.A. (PGE)	20-30%	Poland	Utilities		50
Polymetal	30-40%	Cyprus	Extractives	Yes	21
Polyus	10-20%	Russian Federation	Extractives	Yes	17
POSCO	20-30%	Republic of Korea	Extractives		6
Post	10-20%	United States of America	Food & Beverage		34
Pou Chen Corporation	20-30%	Taiwan, China	Apparel & Footwear		78
Power Assets Holdings Ltd.	10-20%	Hong Kong	Utilities	Yes	18
PPG Industries	10-20%	United States of America	Chemicals		28
PPL Corp.	10-20%	United States of America	Utilities		26
Prada	10-20%	Italy	Apparel & Footwear		63
Precious Woods	0-10%	Switzerland	Construction Materials & Supplies		7
Proximus	20-30%	Belgium	Digital		32
PTT	20-30%	Thailand	Extractives		39
Publix Super Markets	0-10%	United States of America	Retail		
Puma	30-40%	Germany	Apparel & Footwear	Yes	50
PVH	30-40%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	66
Qatar Electricity and Water	0-10%	Qatar	Utilities		
Qatar Petroleum	10-20%	Qatar	Extractives		
Qualcomm	20-30%	United States of America	Digital		23
Rakuten	20-30%	Japan	Digital	Yes	40
Ralph Lauren Corporation	30-40%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	64
RCL Foods	10-20%	South Africa	Food & Beverage		32
Red Chamber Group	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Reliance Industries	20-30%	India	Conglomerates		18
Reliance Retail	0-10%	India	Retail		
Reliance Steel & Aluminum	10-20%	United States of America	Extractives		
Repsol	30-40%	Spain	Extractives		39
Restaurant Brands International	30-40%	Canada	Retail	Yes	40



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Rewe Group	30-40%	Germany	Retail		66
Rio Tinto	20-30%	United Kingdom	Extractives	Yes	23
Roche	20-30%	Switzerland	Pharmaceuticals & Biotechnology		51
Rogers	20-30%	Canada	Digital		
Rongsheng Petro Chemical	0-10%	China	Chemicals		
Roquette	10-20%	France	Food & Beverage		23
Rosneft	20-30%	Russian Federation	Extractives	Yes	33
Ross Stores	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		79
Rostelecom	10-20%	Russian Federation	Digital		44
Royal Golden Eagle	0-10%	Singapore	Conglomerates		
RusAgro	10-20%	Russian Federation	Agricultural Products		35
RWE	20-30%	Germany	Utilities		18
SABIC	10-20%	Saudi Arabia	Chemicals	Yes	8
Safaricom	30-40%	Kenya	Digital	Yes	48
Sainsbury's	20-30%	United Kingdom	Retail		53
Salesforce	10-20%	United States of America	Digital		36
Salling Group	0-10%	Denmark	Retail		56
Samling	10-20%	Malaysia	Construction Materials & Supplies		
Samsung	30-40%	Republic of Korea	Digital	Yes	36
San Miguel Food and Beverage	10-20%	Philippines	Food & Beverage		27
Sanderson Farms	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Sanofi	30-40%	France	Pharmaceuticals & Biotechnology		49
Santos	20-30%	Australia	Extractives		24
SAP	20-30%	Germany	Digital	Yes	35
Sappi	10-20%	South Africa	Construction Materials & Supplies	Yes	20
Saputo	10-20%	Canada	Food & Beverage		28
Saras	20-30%	Italy	Extractives		13
Sasol	20-30%	South Africa	Extractives	Yes	26
Saudi Aramco	10-20%	Saudi Arabia	Extractives		6
Saudi Electricity Company (SEC)	0-10%	Saudi Arabia	Utilities		0.4
Savencia	0-10%	France	Food & Beverage		40



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Savola Group	10-20%	Saudi Arabia	Food & Beverage		
Schneider Electric	30-40%	France	Capital Goods		33
Schreiber	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Schwarz Gruppe	20-30%	Germany	Food & Beverage		66
Seagate	20-30%	Ireland	Digital		58
Sealed Air	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies		25
Semir	0-10%	China	Apparel & Footwear		
ServiceNow	10-20%	United States of America	Digital		33
SES	10-20%	Luxembourg	Digital		25
Seven & I	30-40%	Japan	Retail	Yes	62
Severstal	10-20%	Russian Federation	Extractives		27
Shaanxi Yanchang Petroleum	0-10%	China	Extractives		38
Shandong Bohi	0-10%	China	Agricultural Products		
Shandong Gold Mining	0-10%	China	Extractives		
Shanghai Zijiang Enterprise Group	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		
SHEIN	0-10%	Singapore	Apparel & Footwear	Yes	58
Shell PLC	20-30%	Netherlands	Extractives		33
ShenZhen YUTO Packaging Technology	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		40
Shenzhou International	0-10%	China	Apparel & Footwear		72
Sherwin-Williams	10-20%	United States of America	Chemicals		23
Shin-Etsu Chemical	0-10%	Japan	Chemicals		30
Shoprite	0-10%	South Africa	Retail		65
Showa Denko	0-10%	Japan	Chemicals		
Siam Cement (SCG)	30-40%	Thailand	Construction Materials & Supplies		24
Siat Group	10-20%	Belgium	Construction Materials & Supplies		32
Sibanye Stillwater	10-20%	South Africa	Extractives		16
Siemens Gamesa Renewable Energy	30-40%	Spain	Capital Goods		20
Sigma Alimentos	10-20%	Mexico	Food & Beverage		40



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Sika	10-20%	Switzerland	Chemicals		24
Sime Darby Plantation	10-20%	Malaysia	Agricultural Products		20
Sina	0-10%	China	Digital		
Sinar Mas (Asia Pulp & Paper)	0-10%	Indonesia	Conglomerates	Yes	
Singtel	30-40%	Singapore	Digital		35
Sinochem Energy	0-10%	China	Extractives		
SK Innovation	20-30%	Republic of Korea	Extractives		14
SK Telecom	20-30%	Republic of Korea	Digital		23
SK Hynix	20-30%	Republic of Korea	Digital		37
Skechers	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
Skyworks	20-30%	United States of America	Digital		36
SLJ Global	0-10%	Indonesia	Construction Materials & Supplies		14
Smurfit Kappa Group	20-30%	Ireland	Construction Materials & Supplies	Yes	20
Snap	30-40%	United States of America	Digital		36
Sobeys	10-20%	Canada	Retail		
SOCAR	0-10%	Azerbaijan	Extractives		16
Socfin Group	10-20%	Luxembourg	Construction Materials & Supplies		25
Sociedad Quimica y Minera	20-30%	Chile	Agricultural Products		20
Sodexo	30-40%	France	Retail	Yes	54
Sodiaal	10-20%	France	Food & Beverage		
SoftBank	10-20%	Japan	Digital		27
Solvay	20-30%	Belgium	Chemicals		24
Sonangol	0-10%	Angola	Extractives		
Sonatel	0-10%	Senegal	Digital		
Sonatrach	0-10%	Algeria	Extractives		16
SONY	40-50%	Japan	Digital	Yes	34
Southern Co	20-30%	United States of America	Utilities	Yes	26
Southern States Cooperative	0-10%	United States of America	Agricultural Products		
Souyute Group	0-10%	China	Apparel & Footwear		
SpaceX	0-10%	United States of America	Digital		
Spark	30-40%	New Zealand	Digital	Yes	34



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Spotify	20-30%	Sweden	Digital		46
SSE	20-30%	United Kingdom	Utilities		33
SSP Group	10-20%	United Kingdom	Retail	Yes	52
Starbucks	20-30%	United States of America	Retail		
Starzen	0-10%	Japan	Food & Beverage		19
State Power Investment Corporation (SPIC)	0-10%	China	Utilities		
stc	20-30%	Saudi Arabia	Digital		38
Stora Enso	20-30%	Finland	Construction Materials & Supplies		25
Stripe	0-10%	United States of America	Digital		36
Subway	10-20%	United States of America	Retail		
Sucden	0-10%	France	Agricultural Products		31
Sudatel	0-10%	Sudan	Digital		
Suedzucker	20-30%	Germany	Agricultural Products		31
Suguna Foods	0-10%	India	Food & Beverage		
Sumitomo Chemical	30-40%	Japan	Agricultural Products		26
Sumitomo Forestry	20-30%	Japan	Construction Materials & Supplies	Yes	23
Sumitomo Metal Mining	10-20%	Japan	Extractives		14
Sun Pharma	10-20%	India	Pharmaceuticals & Biotechnology		9
Suncor Energy	20-30%	Canada	Extractives		22
Sunkist Growers	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Suntory	20-30%	Japan	Food & Beverage	Yes	24
Surgutneftegas	0-10%	Russian Federation	Extractives		
Suzano Papel e Celulose	20-30%	Brazil	Construction Materials & Supplies		19
Svenska Cellulosa	10-20%	Sweden	Construction Materials & Supplies		23
Swisscom	10-20%	Switzerland	Digital		24
Symrise	20-30%	Germany	Food & Beverage	Yes	40
Syngenta Group	30-40%	China	Agricultural Products	Yes	



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Sysco	10-20%	United States of America	Retail	Yes	22
Tailored Brands	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
Taiwan Power Company	0-10%	Taiwan, China	Utilities		17
Taiyuan Iron & Steel	0-10%	China	Extractives		
Takeda	20-30%	Japan	Pharmaceuticals & Biotechnology		52
TANAKA Precious Metals	0-10%	Japan	Extractives		
Tanganda Tea Company	0-10%	Zimbabwe	Agricultural Products		35
Tanzania Electric Supply Company Limited (TANESCO)	0-10%	Tanzania	Utilities		19
Tapestry	20-30%	United States of America	Apparel & Footwear		79
Targa Resources	10-20%	United States of America	Extractives		16
Target Corporation	20-30%	United States of America	Retail	Yes	56
Tata Communications	20-30%	India	Digital		22
Tata Power	20-30%	India	Utilities	Yes	9
Tate & Lyle	20-30%	United Kingdom	Food & Beverage		31
Tatneft	10-20%	Russian Federation	Extractives		40
Taylor Farms	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
TCL	0-10%	China	Digital		42
TE	20-30%	Switzerland	Capital Goods	Yes	41
Teck Resources	40-50%	Canada	Extractives	Yes	24
TEL	20-30%	Japan	Digital	Yes	
Tele2	10-20%	Sweden	Digital		45
Telecom Egypt	0-10%	Egypt	Digital		
Telecom Italia	30-40%	Italy	Digital		38
Telefonica	40-50%	Spain	Digital	Yes	39
Telenor	30-40%	Norway	Digital		38
Telia	20-30%	Sweden	Digital		37
Telkom	10-20%	South Africa	Digital		32
Telkom Indonesia	10-20%	Indonesia	Digital		30
Telstra	20-30%	Australia	Digital	Yes	34
Tenaga Nasional	10-20%	Malaysia	Utilities		21
Tencent	10-20%	China	Digital		29
Tereos	0-10%	France	Agricultural Products		14
Terrena	0-10%	France	Food & Beverage		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Tesco	20-30%	United Kingdom	Retail		53
Tetra Laval	0-10%	Switzerland	Construction Materials & Supplies		22
Teva Pharmaceuticals	20-30%	Israel	Pharmaceuticals & Biotechnology		46
Texas Instruments	10-20%	United States of America	Digital		36
Thai Beverage	10-20%	Thailand	Food & Beverage		44
Thai Roong Ruang	10-20%	Thailand	Agricultural Products		
Thai Union Group	20-30%	Thailand	Food & Beverage	Yes	65
The Coca-Cola Company	30-40%	United States of America	Food & Beverage		44
The Foschini Group (TFG)	20-30%	South Africa	Apparel & Footwear	Yes	69
The Hershey Company	40-50%	United States of America	Food & Beverage	Yes	48
The TJX Companies	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		77
Tianqi Lithium	0-10%	China	Extractives		26
Tiger Brands	20-30%	South Africa	Food & Beverage		31
Tingyi	0-10%	China	Food & Beverage		35
Toba Pulp Lestari	10-20%	Indonesia	Construction Materials & Supplies		12
Toennies	0-10%	Germany	Food & Beverage		
Tohoku Electric Power	10-20%	Japan	Utilities	Yes	9
Tokyo Electric Power Company (TEPCO)	20-30%	Japan	Utilities		13
Tokyo Seika	0-10%	Japan	Food & Beverage		
Tongaat Hulett	10-20%	South Africa	Agricultural Products		21
Tongling Nonferrous Metals Group	0-10%	China	Extractives		
Tongwei	0-10%	China	Agricultural Products		
Toray Industries	10-20%	Japan	Chemicals	Yes	12
Toshiba TEC	0-10%	Japan	Digital	Yes	14
Tosoh	0-10%	Japan	Chemicals		
TotalEnergies	20-30%	France	Extractives		36
Toyo Seikan	10-20%	Japan	Construction Materials & Supplies		21
Transcorp Power	0-10%	Nigeria	Utilities		
Transsion	0-10%	China	Digital		31
TreeHouse Foods	10-20%	United States of America	Food & Beverage		40



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Trident Seafoods	10-20%	United States of America	Food & Beverage	Yes	
Trina Solar	10-20%	China	Capital Goods		30
Tsingshan Holding Group	0-10%	China	Extractives		
TSMC	30-40%	Taiwan, China	Digital	Yes	34
Türk Telekom	10-20%	Turkey	Digital		19
Türkiye Petrol Rafinerileri	20-30%	Turkey	Extractives		10
TurkmenGaz	0-10%	Turkmenistan	Extractives		
Twilio	10-20%	United States of America	Digital		40
Twitter	0-10%	United States of America	Digital		
Tyson Foods	20-30%	United States of America	Food & Beverage	Yes	40
Uber	20-30%	United States of America	Digital		36
Uflex	10-20%	India	Construction Materials & Supplies		6
UFP Industries	0-10%	United States of America	Construction Materials & Supplies		
Ultrapar	20-30%	Brazil	Extractives	Yes	33
UltraTech Cement	20-30%	India	Construction Materials & Supplies		3
Umicore	10-20%	Belgium	Chemicals		23
Under Armour	30-40%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	52
Unilever	30-40%	United Kingdom	Retail	Yes	36
Union Invivo	0-10%	France	Agricultural Products		49
Uniper SE	10-20%	Germany	Utilities		25
Uni-President	10-20%	Taiwan, China	Food & Beverage		38
United Internet	0-10%	Germany	Digital		32
Universal Robina	0-10%	Philippines	Food & Beverage		30
UPL	20-30%	India	Agricultural Products		14
UPM-Kymmene	10-20%	Finland	Construction Materials & Supplies	Yes	23
URBN	10-20%	United States of America	Apparel & Footwear		
US Foods	20-30%	United States of America	Retail		20
Vale	20-30%	Brazil	Extractives	Yes	19



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Valero Energy	20-30%	United States of America	Extractives		19
Van Drie Group	0-10%	Netherlands	Food & Beverage		23
Varo Energy	10-20%	Netherlands	Extractives		23
Vattenfall	10-20%	Sweden	Utilities		28
Veon	10-20%	Netherlands	Digital		
Verizon	20-30%	United States of America	Digital		33
Vestas Wind Systems	20-30%	Denmark	Capital Goods		16
VF Corporation	40-50%	United States of America	Apparel & Footwear	Yes	53
Vietnam Electricity	0-10%	Vietnam	Utilities		
Vietnam Rubber Group	0-10%	Vietnam	Construction Materials & Supplies		
Viettel	0-10%	Vietnam	Digital		
Vinamilk	10-20%	Vietnam	Food & Beverage		23
Vion	10-20%	Netherlands	Food & Beverage		25
Vistra Energy Corp	20-30%	United States of America	Utilities	Yes	
Viterra	10-20%	Netherlands	Agricultural Products	Yes	22
Viva Energy	10-20%	Australia	Extractives		26
VMWare	30-40%	United States of America	Digital	Yes	30
Vodafone	20-30%	United Kingdom	Digital		40
Wadia Group	0-10%	India	Conglomerates		
Walmart	10-20%	United States of America	Retail		
Wanhua Chemical	0-10%	China	Chemicals		14
Want Want China	0-10%	China	Food & Beverage		
WEC Energy Group Inc.	20-30%	United States of America	Utilities	Yes	25
Wen's Foodstuff	0-10%	China	Food & Beverage		
Wesfarmers (Kmart and Target Australia)	20-30%	Australia	Conglomerates	Yes	57
West Fraser Timber	10-20%	Canada	Construction Materials & Supplies		15
Western Digital	20-30%	United States of America	Digital		57
Westlake Chemical	10-20%	United States of America	Chemicals		22
WestRock	20-30%	United States of America	Construction Materials & Supplies		22



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Weyerhaeuser	10-20%	United States of America	Construction Materials & Supplies	Yes	
WH Group	10-20%	Hong Kong, China	Food & Beverage		42
Wilbur-Ellis	0-10%	United States of America	Agricultural Products		
Wilmar International	30-40%	Singapore	Agricultural Products	Yes	24
Wm Morrison Supermarkets	20-30%	United Kingdom	Retail	Yes	60
Wonderful Company	0-10%	United States of America	Food & Beverage		
Woodbois	0-10%	United Kingdom	Construction Materials & Supplies	Yes	13
Woodside Petroleum	20-30%	Australia	Extractives		34
Woolworths Group	40-50%	Australia	Retail	Yes	56
WTK	10-20%	Malaysia	Construction Materials & Supplies		25
Wuchan Zhongda Group	0-10%	China	Extractives		
Wuliangye Yibin	0-10%	China	Food & Beverage		
X5 Retail Group	10-20%	Russian Federation	Retail		76
Xcel Energy	20-30%	United States of America	Utilities		24
Xiaomi	0-10%	China	Digital		33
Xinjiang Goldwind Science & Technology	0-10%	China	Capital Goods		20
Xinxing Cathay International Group	0-10%	China	Extractives		
Yamazaki Baking	0-10%	Japan	Food & Beverage		
Yandex	10-20%	Russian Federation	Digital		35
Yara	30-40%	Norway	Chemicals		26
Yildiz	20-30%	Turkey	Conglomerates		39
Yili Group	10-20%	China	Food & Beverage		
Yokohama Rubber	10-20%	Japan	Construction Materials & Supplies		12
Yonghui Superstores	0-10%	China	Retail		
Youngor Group	0-10%	China	Apparel & Footwear		
YPF	30-40%	Argentina	Extractives		22
Yum China	20-30%	China	Retail		66
Yum! Brands	20-30%	United States of America	Retail		51
Yunji	0-10%	China	Digital		



Company name	Score band	Headquarters	Industry	Engaged	% of women in the workforce
Zain	30-40%	Kuwait	Digital	Yes	29
Zalando	20-30%	Germany	Apparel & Footwear		48
ZEN-NOH	0-10%	Japan	Agricultural Products		
Zensho	0-10%	Japan	Retail		25
Zespri	10-20%	New Zealand	Food & Beverage	Yes	
Zhongce Rubber Group	0-10%	China	Construction Materials & Supplies		
Zijin Mining	0-10%	China	Extractives		15
Zoom	20-30%	United States of America	Digital		30
ZTE	10-20%	China	Digital		24



謝辞

本報告書は、Samita Thapa (Gender Research Lead) と Melinda George Deleuze (Social Research Lead) をリーダーとし、Viviana Conti, Hernando Echeverri 及び Sanjini Jain からなるジェンダー・リサーチ・チームが執筆し、Namit Agarwal, Sofia del Valle, Richard Gardiner, Rachel Leung, Hannah Itcovitz, Emir Erhan, Ratih Dewi 及び Elian Evans が寄稿した。

WBA は、Environmental Social Governance Data & Solutions が我々のリサーチ・パートナーであることに感謝したい。加えて、[Social Transformation Expert Review Committee \(ERC\)](#)、UNDP B+HR プロジェクト、Oxfam、BSR、the Clean Clothes Campaign、the Global Alliance for Care、UNICEF、the Women's Empowerment Principles (WEPs) Secretariat、UN Global Compact、Equimundo、the World Economic Forum、the Global Alliance for Improved Nutrition (GAIN)、Good Business Lab、及び Rights CoLab をはじめとする Allies やその他のパートナーの皆様には、極めて重要な支援と専門的知識をご提供いただき、深く感謝する。

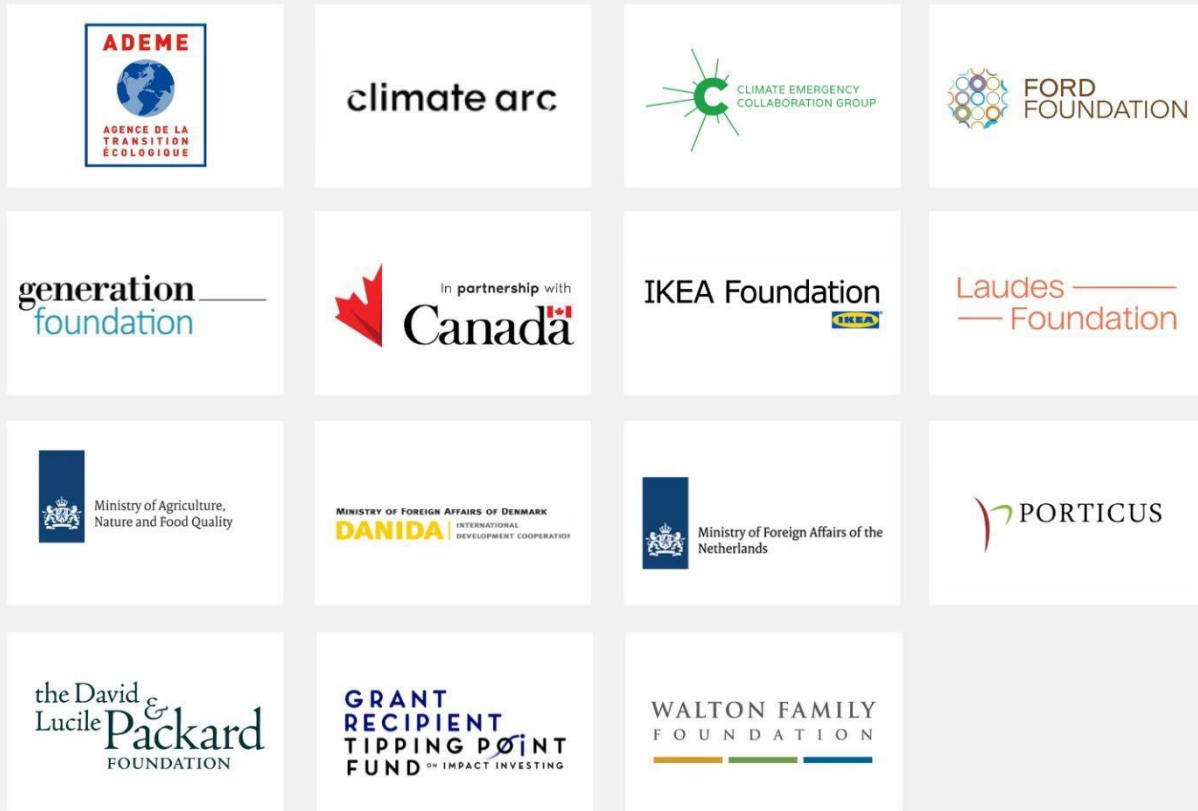
WBA のすべての活動は、戦略的資金提供パートナーからの重要な支援によって成り立っている。最後に、WBA の評価方法を改善し、WBA の活動を支持して下さった多くのサポーターや Allies の方々、そしてジェンダーベンチマークに参加し、分析に必要な情報を正確に入手するために多大な時間と労力を費やして下さったベンチマーク対象企業の多くの方々に感謝する。



参考文献

-
- ¹ 2016. *United Nations*. [オンライン] 2016年9月22日. [Cited: November 1, 2023.] <https://press.un.org/en/2016/sgsm18122.doc.htm>.
- ² United Nations Development Programme and the United Nations Working Group on Business and Human Rights. 2022. *ビジネスと人権に関する指導原則のジェンダー的側面*. s.l. : UNDP, 2022.
- ³ Laura Addati, Umberto Cattaneo, Valeria Esquivel and Isabel Valarino. 2018. *Care work and care jobs for the future of decent work*.
- ⁴ *Flexible Working, Work–Life Balance, and Gender Equality: Introduction*. Chung, H., van der Lippe, T. 2020. : Social Indicators Research, 2020, Vol. 151. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-2025-x>.
- ⁵ Laura Addati, Umberto Cattaneo, Emanuela Pozzan. 2022. *Care at work*: 国際労働機関 (ILO)、2022年。
- ⁶ Laura Addati, Umberto Cattaneo, Emanuela Pozzan. 2022.
- ⁷ 国際労働機関 (ILO)。2022. *職場での暴力とハラスメントの経験: 世界初の調査*. ジュネーブ : S.N., 2022.
- ⁸ 国際労働機関 (ILO)。2022.





著作権

この作品はWorld Benchmarking Allianceの成果物である。私たちの作品は、クリエイティブ・コモンズ 表示 4.0 国際の下でライセンスされている。このライセンスのコピーを見るには、www.creativecommons.org/licenses/by/4.0/ をご覧ください。

免責事項

詳細はウェブサイト(www.worldbenchmarkingalliance.org/disclaimer)をご覧ください。

世界ベンチマーク連合

Prins Hendrikkade 25, 1021 TM Amsterdam The Netherlands. www.worldbenchmarkingalliance.org