

報道関係各位

2021 年 10 月 29 日

1 万人の女性が参加した「#HereToBeHeard」キャンペーン マースがジェンダー平等推進のための グローバル・リスニング・スタディの結果を発表

- 88 カ国、10,319 人の女性が、システムの変革を求める声を上げた「#HereToBeHeard」リスニング・スタディでは、耳を傾けられないことが多い女性たちの声を高めた
- 女性が潜在能力を最大限に発揮することを妨げている障壁を取り除くための実践的な提言
- レポートは、BSR 社が、主要なジェンダー擁護団体である UN Women、CARE、Geena Davis Institute on Gender in Media の専門家と協議して作成し、オックスフォード大学サイド・ビジネススクールの「Future of Marketing Initiative」の分析を追加
- ビクトリア・マース（取締役）：「#HereToBeHeard」は「強力な変化の道具」であり、すべての企業に行動を起こすよう呼びかける

米国バージニア州マクレーン（2021 年 10 月 27 日） マース インコーポレイテッド（本社：米国バージニア州、社長：グラント・F・リード、以下「マース」）は、本日、「#HereToBeHeard」キャンペーンの調査結果を発表しました。この調査は、人種、年齢、セクシュアリティ、宗教、障害など、あらゆる分野の女性の声を集めることで、よりインクルーシブな世界を形成するための対話を行うことを目的としています。この調査結果は、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による女性に対する甚大かつ不均衡な影響により、ジェンダー平等への歩みが 136 年¹も遅れる中で発表され、ジェンダー平等のための行動を促進することを目的としています。

わずか 3 カ月間で、88 カ国、10,319 人の女性がクラウドソーシングに参加し、「女性が可能性を最大限発揮できる社会にするために変える必要があるものは何？」という質問に回答しました。女性たちは、自分たちが直面している障壁を取り除くために、雇用主、政府、コミュニティ、男性に求める体系的な変化を、短い言葉のサウンドバイトから個人的な深い視点まで、さまざまな方法で訴えました。その結果、ジェンダー平等を実現するためには、社会全体が耳を傾け、学び、多くのことを実行することを求める、示唆に富んだレポートがタイムリーに完成しました。この調査は、マースのジェンダー平等に関する行動を促進するための「[Mars Full Potential Platform](#)」の一部です。

ステファニー・ストラウブ：マース インコーポレイテッド バイスプレジデント兼ゼネラルカウンシル

「『#HereToBeHeard』は、すべての女性のために永続的でポジティブな変化をもたらすために、グローバルビジネスとしての規模と影響力をどのように利用するかに対し、すでに大きな影響を与えています。マースは、自分たちの役割を果たすことを約束しています。このレポートは、より公平でインクルーシブな環境を作るためのアクションにフォーカスするためのパズルのピースを並べたものです。マースはこのレポートのデータと専門家の提言をもとに、次のステップへと進み、優先事項を定め、投資の指針としていきます。1 万人の声がその可能性を最大限に発揮できるよう、私たち全員が前進しなければなりません」

¹ <https://www.weforum.org/agenda/2021/04/136-years-is-the-estimated-journey-time-to-gender-equality/>

マースは、オックスフォード大学サイド・ビジネススクールの「Future of Marketing Initiative」の科学者チ

ームと外部の質的分析者と協力して、女性の反応を調査しました。オックスフォード大学のチームは、機械学習とネットワーク分析を組み合わせて 28 のトピックを特定し、それらを女性が最も頻繁に言及する 8 つのテーマに定性的に分類しました。

1. 制度的な差別や有害な性別の固定観念の撤廃 (80%)
2. 平等なキャリア機会 (79%)
3. 意思決定権の強化 (65%)
4. 親としてのサポート (30%)
5. ワークライフバランスの向上 (26%)
6. 男女平等の学習 (24%)
7. 心身の健康 (19%)
8. ジェンダーに基づくハラスメントや暴力の廃止 (15%)

注目すべき点は、71%の女性が、男性が重要な役割を果たしていることを強調していることです。

企業などができること

世界的な新型コロナウイルス感染症の感染拡大は、女性の労働力に大打撃を与え、「女性不況」を引き起こし、6,400 万人分の雇用と、98 カ国の GDP の合計に相当する 8,000 億ドル以上の収入が失われました²。このような才能と可能性の大量な流出は、悲劇的な損失であると同時に、すべての女性が活躍できる機会を増やすことで、企業が復興をリードする社会的責任を意味しています。

「#HeretoBeHeard」の調査結果に基づき、BSR 社は、国連女性機関 (UN Women)、CARE、Geena Davis Institute on Gender in the Media が招集した The Unstereotype Alliance のジェンダー専門家と協議の上、女性が潜在能力を最大限に発揮するために直面する障壁を取り除くための 8 つの実践的な提言をしました。

BSR 社の HERproject ディレクターであるクリスティン・スベラーは、次のように述べています。

「企業は解決策を提示するために素早い行動を取ることが多いですが、今回のようにオープンな質問をして、時間をかけて話を聞き、女性のためだけではなく、女性と一緒に行動することには、穏やかでありながら過激なことです。このレポートに含まれている提言は、ジェンダー平等の推進に取り組むすべての企業にとって関連があり、有用なものですが、それは出発点に過ぎません。変革をもたらすには、継続的な取り組みが必要です。意思決定において女性に重要な役割を与えることで、あらゆるバックグラウンドを持つ女性が直面している障壁に対処するために必要なプログラムやポリシーを作成し、より公平でインクルーシブな世界を実現することができます。

マースは今後、1,200 人以上のマースのアソシエイト (従業員) の声を含む「#HereToBeHeard」から得られたインサイトを活用し、2020 年に立ち上げたジェンダー平等の取り組みのプラットフォーム「[Mars Full Potential Platform](#)」で、新たなポリシーやアクションを設計・実行していきます。立ち上げ以来、マースは、職場、原材料を調達しているコミュニティ、市場で女性のための機会を広げるために、一連の行動をとってきました。

² <https://www.oxfam.org/en/press-releases/covid-19-cost-women-globally-over-800-billion-lost-income-one-year>

マースは、世界中の 133,000 人のアソシエイトの半数が女性であることから、ジェンダー平等の賃金を実践しています。その他のインクルージョン&ダイバーシティ（受容性と多様性）に関する目標の中で、マースは 100%のリーダーシップチームをジェンダーバランスのとれたもの³にするという目標を掲げました。この目標に対し、マースは初年度、43%から 50%へと大きく前進しました。

ビクトリア・マース：マース インコーポレイテッド取締役、マース「Full Potential」アンバサダー

「私たちは、世界中の女性たちから、それぞれのストーリー、アイデア、野心、そして挫折を聞きました。シンプルな質問ですが、その答えの深さと幅広さは、洞察力に富み、挑戦的で、感動的でした。企業は、変革をもたらすために自分の役割を果たさなければなりません。マースはこの活動に深くコミットしており、企業、政府、そしてより多くの市民社会のパートナーが行動を起こし、最も効果のある部分に投資することを奨励しています。1万人の女性の声が、変革のための強力な道具となることを願っています」

ジェンダー平等の推進を支援するために、耳を傾け、学び、さらには行動を起こすにはこちらをクリック

(#HereToBeHeard サイト) : www.mars.com/heretobeheard

共に、より多くの女性がその可能性を最大限に発揮できるようにしていきましょう。

テーマ、声、インサイト

1. 制度的な差別や有害な性別の固定観念の撤廃 (80%)

「新しいシステムが必要です。女性が強く、尊敬され、他の人間と同じ能力を持ち、偏見のない存在として考えられるようなシステムです。トランスジェンダー、先住民、移民、シングルマザーなど、それぞれの女性に異なる可能性が求められています」

メキシコ、18~24 歳、自営業、人種・民族混合、バイセクシャル

多くの女性たちは、政治、スポーツ、仕事、教育、家庭、社会生活に浸透している家父長制のシステムや規範に取り組む必要があると述べました。また、女性の強みやスキルに対する社会の見方を変える必要があることを強調し、こうした考え方を変えるには女性と男性の両方に役割があることを認識しています。このテーマを挙げたのは、英国 (84%)、米国 (87%) の女性と、キャリアをスタートしたばかりの 18~24 歳の女性 (87%) が最多でした。

2. 平等なキャリア機会 (79%)

「女性が個人的な希望と並行してキャリアを成長させることができるように、シニアキャリアの築き方に関する期待を変えなければならない」

フランス、45~54 歳、フルタイム雇用、異性愛者

「見えない昇進の壁」を打ち破り、「競争の場を公平にする」ことが重要。女性たちは、この変革を推進するために、政府や企業が主導するイニシアチブを求め、その過程でメンターやスポンサーの重要性を指摘しました。男女間の賃金格差は、女性とその家族に及ぼす経済的な悪影響とともに、広く言及されました。地域や背景が異なる女性がこのテーマに触れましたが、特にヒスパニック系およびラテン系の女性の言及率 (88%) が高い結果となりました。

³ ジェンダーバランスのとれたリーダーシップチームとは、5人以上のリーダーシップチームで1つのジェンダーが40~60%を占めること

3. 意思決定力の向上 (65%)

「すべての業界において、リーダーシップを発揮する女性を増やす必要がある。女性、それも白人女性だけでなく、すべての女性が」

英国、18～24 歳、フルタイム雇用、アジア／アジア系英国人、異性愛者

アフリカ系米国人や黒人の女性は、米国や英国の女性と同様に、このトピックについて語る傾向が強く（75%に対し、世界全体のグループは 65%）、特に有色人種やその他の社会的地位の低いグループの女性が権力の座にもっと就く必要があると考えています。また、政府、企業、地域社会、家庭において、より多くの女性が権力のある地位に就くことを望む回答が寄せられました。

4. 親としてのサポート (30%)

「男性が遅くまで働くのは、家族を養うため。女性が遅くまで働くということは、家族を捨てているということ」

米国、35～44 歳、正社員、白人、異性愛者

母親として、介護者として、そして従業員として十分な役割を果たすための障壁として、「親としてのサポート」の欠如が挙げられています。女性たちは、新生児を養育するための適切な有給休暇、キャリアに影響を与えないという保証、性別に関係なくすべての親が休暇を取得することを受け入れ、奨励する文化の必要性を強調しました。このテーマは、35～44 歳の有職者の女性と英国の女性に顕著で、「親としてのサポート」を挙げた割合が世界全体のグループよりも 20%高くなっています。

5. ワークライフバランスの向上 (26%)

「私にとって、それは...自分の人生のある部分を守るということです」

英国、35～44 歳、フルタイム勤務

特に母親は、個人的な責任と有給の仕事を両立させることの難しさを訴えています。勤務時間や勤務地、期待されることなどに柔軟性がありません。場所を問わず、25 歳から 44 歳の女性は、他のグループに比べてこのテーマを挙げる割合が 23%高くなっています。解決策としては、職場での柔軟性を高めることや、女性が唯一の介護者としてふさわしいという固定観念を打ち破るために、男性にも仕事以外の介護を公平に引き受けてもらうことなどが挙げられました。

6. 男女平等の学び (24%)

「女性蔑視や性差別は、早い時期から教えられ、職場や学校、日常生活の中に浸透しています。芽を摘む必要があります。それには世代間の協力、女性が好きな業界で働けるようになること、社会的・性別的役割を平等にすることなどが必要です」

米国、18～24 歳、学生、黒人／アフリカ系、レズビアン

STEM（Science：科学、Technology：技術、Engineering：工学、Mathematics：数学）分野など、女性の進出がまだ少ない分野で活躍するためには、ジェンダーの固定観念にとらわれない教育が重要であると考えられています。女性たちは、あらゆる活動（スポーツ、科学、技術など）に性別に関係なく参加することの必要性を強調し、男の子も女の子と同じように、誰もが心に決めたことを達成でき、性別によって制限され

ることではないと教える必要があると強調しました。また、あらゆる分野で次世代の女性リーダーを育成するために、さまざまなキャリアを持つ女の子のロールモデルを増やすことを求めました。フランスの女性（34%）は、このテーマの事例を挙げるのが非常に多くありました。

7. 心身の健康（19%）

「女性の問題が、医療関係者によって否定されたり、見過ごされたり、軽視されたりすることはよくあることで、女性が必要な治療やサポートを受けることができず、時には致命的な結果を招くこともあります...」
米国、25～34歳、フルタイム雇用、白人、バイセクシャル

女性たちは「心と体の健康」のために、医療サービスへのアクセスを改善することを求めています。女性たちは、適切なヘルスケアを受けることが難しく、有色人種の女性や適切なケアを受ける余裕のない女性にとっては、状況が悪化していることを挙げました。また、自分たちの健康状態が十分に研究されておらず、資金も不足しているため、病気の診断がされなかったり、誤診されたりすることを指摘しました。自分の体をコントロールし、避妊やメンタルヘルスのサポートなどのリソースを利用して、自分のリプロダクティブ・ライツ（性と生殖に関する権利）をコントロールし、適切な性教育を受けることで、自分自身で正しい判断をする能力を持つ必要性を訴えました。避妊やメンタルヘルスのサポート、リプロダクティブ・ライツの管理、適切な性教育などのリソースを利用することで、自分自身で正しい判断ができるようになることを強調しました。

8. ジェンダーに基づく嫌がらせや暴力の廃止（15%）

「私たちは、物ではなく、人として見られる必要があります。私たちの声を聞いてもらい、私たちが言ったことを信じてもらう必要があります。私たちの決断が尊重される必要があります」
メキシコ、学生、バイセクシャル

政府や企業が、女性を保護するための法律や施策を実施し、加害者に自身の言動の責任を負わせる一層の責任を果たすこと。男性に対しては、女性蔑視的な考え方や行動をやめるよう求め、また、他の男性による暴力的な言動に対して積極的に声を上げることで、誰にとっても安全な環境を作るよう求めました。さまざまなバックグラウンドを持つ女性たちが、程度の差こそあれ、このトピックに言及しました。アジアやヒスパニック／ラティーナ系の女性（23%）、障がいのある女性（28%）、LGBTQI+の女性（33%）は、このテーマを挙げる頻度が高く、また、米国の回答者は世界平均よりもこのテーマを挙げる割合が高い結果となりました。

女性たちは、男性は進歩のための味方であると同時に障害でもあると語る

「男性は変わる必要があります... それを実現しない限り、女性が潜在能力を最大限に発揮することは非常に難しいと思います」

米国、35～44歳、自営業、精神障害・情緒障害、身体障害、黒人・アフリカ系、異性愛者

8つのテーマは、具体的なプログラムや政策の変更の機会を示していますが、データ分析により、もう1つの傾向が明らかになりました。それは、ジェンダー平等の達成における男性の役割です。ほとんどの女性（71%）が、自分の可能性を最大限に発揮するための障壁として、あるいは味方として男性を挙げています。女性たちは、男性が意識を変革し、女性に対する有害で差別的な行為に対する説明責任を果たすことを

明確に求めていました。女性たちは、男性が家庭で家事や介護の仕事を引き受け、職場で軽蔑的な発言を聞いたときには声を上げ、女性の声を聞く場を作る必要があると強調しました。

パートナー団体のコメント

ミシェル・ナン CARE 最高経営責任者

「マースの『#HereToBeHeard』は、ジェンダー平等の実現に向けて日々奮闘している女性たちが直面している問題を浮き彫りにするのに役立つ、極めて重要なプラットフォームです。CAREは、何十年にもわたって、女性や少女たちと一緒に、貧困の原因となっているシステムと闘ってきました。その経験から、私たちは、ジェンダーの正義があり、女性が力を発揮したとき、平等、権利、人間の尊厳が実現することを知っています」

マデリン・ディ・ノンノ Geena Davis Institute on Gender in Media 最高経営責任者

「最新の『#HereToBeHeard』レポートの調査結果は明白です。女性と少女がその可能性を最大限に発揮するためには、世界は変わらなければなりません。企業やブランドがそのためにできることの一つは、メディアや広告における女性や少女のネガティブなステレオタイプを根絶することです。メディア広告における有害な偏見をなくすことは、正しいだけでなく責任ある行動であり、インクルーシブな文化やコンテンツの開発に投資してきた企業やクリエイターは勝利を収めるでしょう」

ロレアル・マーケティング教授 オックスフォード・サイド研究副学部長

アンドリュー・スティーブン教授 FOMI ディレクター

「『#HereToBeHeard』の調査では、非常に強い影響力のある調査結果が数多く得られました。今回の調査は、女性が潜在能力を最大限に発揮することを妨げる障壁を取り払うために、男女間の格差に対処するために組織や機関、社会でできることを具体的に検討するという、私たち全員にとっての重要な行動喚起となります。この調査から得られた提言は、組織が実行できる実用的なステップです。サイド・ビジネススクールがこのプロジェクトに貢献できたことを誇りに思います」

サラ・デンビー 国連女性機関 (UN Women) の The Unstereotype Alliance 事務局 責任者

「『#HereToBeHeard』は、インパクトのある変革を促すためのエビデンスに基づくアプローチの素晴らしい例です。世界中の女性の生きた経験に耳を傾けることで、この明確な一連の行動は、組織がジェンダー平等に向けた適切な道筋を開発するのに役立ちます。変革をもたらす分野として『組織的な差別や有害な固定観念の解消』を挙げた女性の割合が非常に高い (80%) ことは、偏見を厳しくチェックし、固定観念が存在する場所ではそれに挑戦する必要があることを示しています。広告やマーケティング・コミュニケーションは、女性を束縛する凝り固まった固定観念を取り払うことができます。これは女性にとっての優先事項であり、企業にとっても優先事項であるべきです」

「#HERETOBEHEARD」キャンペーン

マース インコーポレイテッドのグローバルキャンペーン「#HereToBeHeard」は、国連の「SDGs（持続可能な開発目標）」の「第5の目標」をサポートし、ジェンダーの不平等を是正することを目的としています。このキャンペーンは、マースのジェンダーに関する行動のためのプラットフォーム「Full Potential」の一部であり、マースの職場、原料を調達している地域社会、広告の作成方法において、女性のエンパワーメントとジェンダーギャップの解消を目指しています。BSR社による「#HereToBeHeard レポート」と「Mars Full Potential Platform」の最新情報については、mars.com/heretobeheard（英語）をご覧ください。

なお、「#HereToBeHeard」の調査に回答したすべての女性は、自分の書いた回答や録音した回答の使用を許諾しています。

マース インコーポレイテッドについて

マース インコーポレイテッドは、1世紀以上にわたり、「私たちが望む明日の世界の実現は 今日私たちのビジネスへの取り組みから始まる」という使命（Purpose）に基づいて事業を展開してきました。この使命は、家族経営のグローバル企業としてのマースの原点にあります。今日、マースは、私たちを取り巻く世界にポジティブな影響を与えることへのコミットメントとして、変革、革新、進化を続けています。

菓子、食品、ペットケア製品およびサービスの多様で拡大するポートフォリオ全体で、13万3,000人のアソシエイト（従業員）全員が、同じ方向に向かって前進しています。年間売上高400億米ドルを誇るマースは、DOVE®、EXTRA®、M&M'S®、MILKY WAY®、スニッカーズ®、ツイックス®、ORBIT®、ペディグリー®、ROYAL CANIN®、SKITTLES®、BEN'S ORIGINAL™、カルカン®/WHISKAS®、COCOCOAVIA®、5™など、世界で愛されているブランドを製造しています。また、獣医療サービスである AniCura、バンフィールド動物病院™、BluePearl®、Linnaeus、Pet Partners™、VCA™を通じて、世界のペットの半数のケアを行っています。

マースは、パートナーと事業を展開する地域社会が繁栄して初めて、企業としての成功を成し得ると考えています。マースの五原則（品質、責任、互惠、効率、自由）は、地球と人々、ペットが繁栄できる明日の世界を創造するために、マースのアソシエイトが日々行動を起こすことを促すものです。