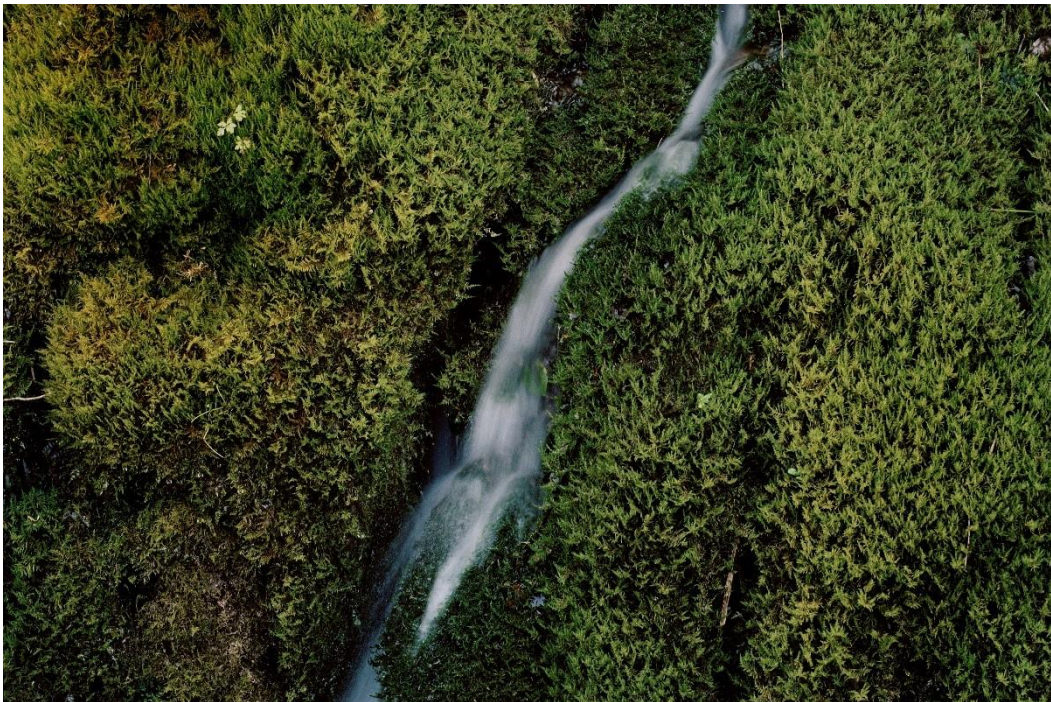




プレスリリース

2025 年 4 月 28 日

ケリングが2025年までに ネットウォーターポジティブインパクトを達成することを約束



© Peter Marlow / Magnum Photos

パリ、2025 年 3 月 21 日 – 「世界水の日」に続き、ケリングは新たなウォーターポジティブ戦略を発表しました。この戦略には、2050 年までにネットウォーターポジティブインパクトを達成し、2035 年までにグループの重点地域でネットポジティブウォーターインパクトの測定に取り組むことが含まれています。ケリングは、一連の達成目標を通じて、水の消費を削減するだけでなく、事業を展開している地域で水と近隣の生態系の回復および再生に積極的に取り組み、ラグジュアリーセクターにおける新しいウォーターポジティブの道を切り拓くことを目指しています。

ケリングの科学的根拠に基づいた持続可能性アプローチの次の重要な段階として、ウォーターポジティブ戦略が策定されました。この戦略は、グループのバリューチェーンにおける水関連のリスクを減少させることを目的としています。気候変動、生物多様性の喪失、水不足の根本的な原因と結果が相互に関連していることを認識し、気候・自然・水のつながりを活用するウォーターポジティブ戦略を策定しています。この包括的なアプローチにより、ケリングはポジティブなシナジー効果を生み出し、生態系全体の機能を再生し、協力の機会を促進しながら、グループのサプライチェーン地域において環境変化に対応する力を高めることができると考えています。この戦略を推進するため、ケリングは自社の事業と最も密接に関連している 10 の優先水域に焦点を当て、科学的根拠に基づく淡水に関する目標を設定しています。また、これらの地域の水質、水量、水利を全面的に改善するために、各地の関係者との連携を進めています。この現場での変革を促進し、ウォーターポジティブの成果を達成するために、3 つの主要プログラムを立ち上げています。



- **ウォーターポジティブな原材料：** グループの原材料調達を、自然や水への負担を軽減する素材、例えばリサイクル生地や革新的な代替品に置き換えるとともに、再生農業からの素材を増やして汚染の削減と流域の補充を促進します。
- **ウォーターポジティブのステewardシップ・プログラム：** ケリングは、直接的な事業およびサプライチェーンにおける水管理(ウォーター stewardシップ)を強化し、戦略的サプライヤーとの連携を通じて共通の課題に取り組んでいます。また、クロムフリーや環境への影響が少ないなめし剤などのベストプラクティスや革新的な技術を活用し、水の効率的な利用を促進して、事業を展開している地域での水質と水量の改善を目指しています。
- **ウォーター・レジリエンス・ラボ：** ケリングは、2035 年までに重点的な水域 10 か所にウォーター・レジリエンス・ラボを設立し、ウォーターポジティブ・ステewardシップ・プログラムを支援し、ウォーターポジティブなパクトを推進していきます。サプライヤー、他の企業・セクター、地域社会、先住民、公共機関など、各地の関係者との連携および協働を通じて、気候・自然・水を結びつけるアプローチを採用し、水不足が多発している地域において健全な淡水生態系の再生および回復を目指します。グループおよびサプライヤーのなめし革業者の多くが拠点を置いているトスカナのアルノ川流域に、最初のラボが 2025 年秋に開設される予定です。世界的に重要な水域であるこの地域には、他の高級ブランドやファッションブランドのサプライヤーおよび加工・製造セクターも集結しています。全般的に、ラボはウォーターポジティブへのパラダイムシフトを推進し、その結果として、これらの地域のすべての関係者が環境変化に強くなることを目指しています。

ケリングのチーフ・サステナビリティ・オフィサー兼 渉外担当責任者であるマリー＝クレール・ダヴーは次のように述べています。「地球環境を守るために、企業がウォーター stewardシップ(水の管理)に責任を持つことがこれまで以上に急ぎ重要です。水の使用を削減するだけのアプローチから、すべての事業活動に関連する水と生態系を再生・回復させるためには、水に対する強いコミットメントが不可欠です。ケリングのウォーターポジティブ戦略は、これを実現するために策定されました。私たちは各地の関係者と連携して、測定可能なウォーターポジティブの成果を達成し、社会、環境、経済の強靱性を高め、最終的にすべての人々がきれいな水を利用できるように貢献していきたいと考えています。

[各プログラムの詳細および目標の全リストについては、ケリングのウォーターポジティブ戦略をダウンロードしてください](#)

ケリングについて

ケリングは、クチュール&レディ・トゥ・ウェア、レザーグッズ、ジュエリー、アイウエア、ビューティの分野において、その情熱と専門性で創造的なラグジュアリーブランドを育む人々が集う家であり、ファミリーが率いるグローバル・ラグジュアリー・グループとして、ケリング アイウエア、ケリング ボーテに加え、グッチ、サンローラン、ボッテガ・ヴェネタ、バレンシアガ、マックイーン、プリオーニ、プシュロン、ポメラート、ドド、キーリン、ジノリ 1735 を擁しています。戦略の中心に創造性を掲げるケリングは、サステナブルで責任ある方法によって未来のラグジュアリーを築きながら、各ブランドがそれぞれの創造性を自由に表現することを可能にしています。このような信念が「受け継がれていく創造性」(“Creativity is our Legacy”)というケリングのシグネチャーに込められています。ケリングは 2024 年には 172 億ユーロの売上高を達成し、グループ社員の数は年度末時点で 47,000 人に上ります。

プレス窓口：

株式会社ケリング ジャパン

コミュニケーション&メディア

産形利恵 rie.ubukata@kering.com

田村絵李 eri.tamura@kering.com



ⁱ ケリングの科学的根拠に基づく淡水目標は、SBT ネットワーク (SBTN) によって検証され、2024 年 10 月にケリングによって採用されました。