



マムート初となる社会・環境問題の取り組みを包括的に記載したレポート 「マムート・レスポンシビリティ・レポート 2021」を発表

2022/8/10



マムートは、自社初となる社会・環境問題の取り組みを包括的に記載した「2021 レスポンシビリティ・レポート」を発表します。
(写真: マムート・スポーツグループ AG、ウィル・サンダース)

1862 年にスイスで誕生したマムートは今年 160 周年を迎えます。ロープメーカーとしてスタートしたマムートは、常にアウトドアアパレルとギアへの革新とヒット商品を生み出してきました。160 周年を迎えた今年も、皆さまに多くの「究極の体験」をお届けしてまいります。

マムートは、社会・環境問題の取り組みを包括的に記載した自社初となる「マムート・レスポンシビリティ・レポート 2021」を発表しました。マムートは業界の牽引役として、160 年間にわたって誠実さをもって、業界をリードし、透明性をもって、持続可能かつ計測可能な改善を生み出すために努力し、世界中の消費者、コミュニティ、業界の考え方に影響を与えてきました。

2006 年以来、マムートは持続可能性の問題を、同業界のプレーヤーとともに推進してきました。初となる 包括的なレスポンシビリティ・レポートは、マムートがこれまで行った活動を共有し、業界のイニシアチブから試験的プロジェクト、そしてマムートと業界がその過程で直面した課題まで、全てをハイライトして記載しております。

【レスポンスビリティジャーニー】



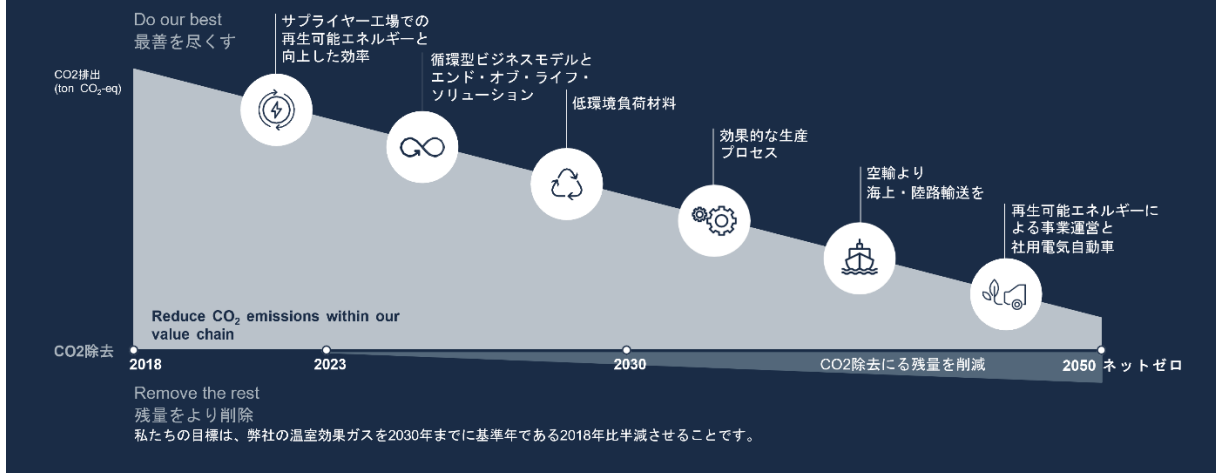
過去 20 年間、国際的なサプライチェーンの課題は、業界の専門家や、Fair Wear Foundation や bluesign®などの外部監視システムやパートナーとのコラボレーションを通じて対処されてきました。2018 年に国連の「ファッション業界気候行動憲章」の主要署名者として、マムートは気候変動問題を戦略的アジェンダのトップに据えました。業界の協力や認定に加えて、マムートはスイス氷河イニシアチブや CO2 法案などの政治的議論にも参画しています。さらに、持続可能性の実践を改善するために政府とビジネスをつなぐ協会である swisscleantech のメンバーです。マムートは山の内外でチームワークとコミュニティの重要性とそのチカラを信じています。そのため、マムートは【Protect Our Winters】【ClimbAID】など、さまざまな分野で強力なパートナーと提携しています。目標は明確な戦略で、前向きな変化を一緒に達成することです。

【気候変動戦略：Do our best/最善を尽くす – Remove the rest/残量を削減する】

私たちの地球の気候は危機に瀕しており、私たちが愛する環境は変化しています。マムートは気候変動に対応する企業責任を強く認識しています。気候変動戦略とは「CO2 排出量の削減に最善を尽くし、残量を削除する」ことです。マムートは、確実に前進できる温暖化対策と測定可能な炭素除去ソリューションに焦点を当て、自然原則に沿ったアプローチ、技術的アプローチ、またはハイブリッドアプローチのいずれかを用いて、これを推進しています。パリ協定の国連ファッション産業憲章「気候行動憲章」に署名したマムートは、2050 年までに CO2 排出量のネットゼロを達成することを約束します。地球温暖化を、産業革命前のレベルより 1.5° C 未満に抑えるために、マムートは検証済みの科学的根拠に基づいた目標を設定し、バリューチェーンを大幅に脱炭素化するための計画を策定しました。マムートの目標は、2018 年(ベースライン年)と比較して 2030 年までに CO2 排出量を半減させることです。そのためには、マムートは現状のビジネス慣行のあらゆる分野に挑戦する必要があります。

- ・再生可能なエネルギーの活用とこれを使用する工場からの調達
- ・低環境負荷材料を使用した生産プロセス
- ・世界中への製品輸送方法の見直し
- ・製品が長持ちしやすく修理できることを保証
- ・新しい循環型ビジネスモデルの模索
- ・消費者の巻き込みと政策アクションを加速させる規制の支援

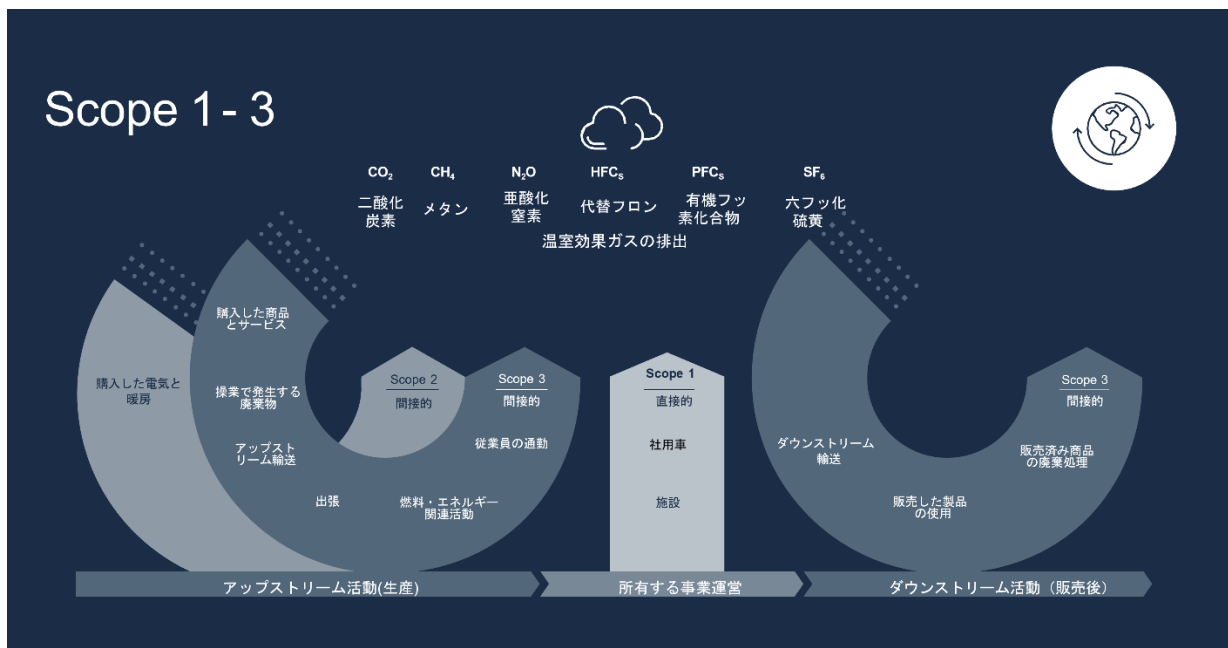
Do our best – Remove the rest 最善を尽くす – 残量を削除



これらのグローバルな課題に共に取り組むためには、持続可能性の問題とその結果生じる行動方針について共通の理解を持つことが不可欠であるとマムートは認識しています。ネットゼロ、気候ニュートラル、または「Do our best/最善を尽くし、Remove the rest/残量を削除する」の概要をもっと知りたい場合:詳細は、こちらをチェックしてください（設定から日本語字幕を選択ください）

https://youtu.be/-oYciAYnW_c

【ターゲットとスコープ】



マムートのカーボンフットプリントは、組織の排出量を分析するための主要な基準である温室効果ガスプロトコル（GHG プロトコル）に従って計算されます。これは、3つのスコープを区別し、排出目標を明確に定義するために使用することができます。

- **スコープ1：自社設備等**

本社にある社用車や技術設備など、社が所有または管理する施設や設備からの排出量です。

- **スコープ2：サプライチェーン**

私たちの組織が直接購入する電気、スチーム、冷暖房設備からの間接的排出量を示しています。

・ **スコープ3：製品の開発から廃棄**

製造工程中で使われなかった素材から、従業員の通勤、製品が最後にどのように処理されるかまで、すべての生産と販売後の排出量を含む、最も大きく最も課題が多いカテゴリーです。この異なるステージは生産がアップストリーム、販売後がダウンストリームと呼ばれます。より多くの持続可能なサプライチェーンとバリューチェーンを構築することが、スコープ3の排出量に大きな影響を与えるでしょう。それゆえ私たちの気候戦略はアップストリームとダウンストリーム活動に重点を置いています。

【循環性とサービスの提供】

マムートは上記の全てのスコープに力を注いでいます。これを説明するために、下記のイラストで例を示します。



【WE CARE】

マムートがより耐久性があり倫理的で、循環的な経済の一部である製品の生産を実現することを支援するために、組織全体のチームメンバーで、WE CARE フレームワークと目標を定義しました。

当社は、材料と製品の技術とそのパフォーマンスを最大限に開発する一方で、クリーンプロダクション、動物福祉、フットプリント削減、およびエシカル労働環境に責任を負っています。

WE CARE



C

クリーンプロダクション

- ・ bluesign®
- ・ ケミカル管理
- ・ PFCフリー
- ・ Solution dyeing



A

動物福祉

- ・ レスポンシブル・ダウン・スタンダード
- ・ レスポンシブル・ウール・スタンダード
- ・ terracare® & レザーワーキンググループ



R

フットプリント削減

- ・ リサイクルポリエステル
- ・ マイクロファイバー
- ・ オーガニックコットン
- ・ バイオダイバーシティ



E

エシカル労働環境

- ・ Fair Wear Foundation
- ・ 労働者の人権
- ・ 購買慣行

【長寿命、プロダクトケア&修理】

耐久性、高品質な素材、修理のしやすさは、マムートのデザインプロセスの中核です。これらはマムート製品が、丈夫で長持ちするアウトドアのパートナーになる為に不可欠な要素です。

アウトドア用品の定期的なケアは、その性能と安全性を維持するためだけでなく、寿命を延ばし、それによって環境への影響を低減します。顧客をサポートするために、マムートはハードシェルジャケット、ダウンジャケット、靴、ロープなど、最も人気のある製品の詳細なケア方法をアドバイスしています。

製品が破損した場合は、マムートの修理スタジオに修理品を送ることができます。2021年、マムートはヨーロッパで14,000以上の製品を修理し、北米で175件、日本で800件の修理を実施しています。製品廃棄の環境への影響と新製品の購入を比較すると、修理スタジオは毎年、大容量のCO2と排水を削減していることとなります。

【Close the Loop】

2050年のネットゼロ目標（大気中に排出される温室効果ガスと大気中から除去される温室効果ガスが同量でバランスが取れている状況）の達成には、製品・資源の循環が不可欠です。

ロープはマムートブランドのDNAであり、中心的存在です。しかしながら環境への影響という点では、その生産が年間カーボンフットプリントの10%以上を占めているという深刻な課題を抱えています。この問題に対処しながら、より循環型のビジネスモデルを構築するためにマムートでは2020年にスイスでClose the Loop (Close the Loop project) プロジェクトを試験的に実施しました。Protect Our Winters Switzerland とクライミングジムの協力で設立されたこのプログラムは、使用済みのクライミングロープを回収し、それをリサイクルしてシャツを中心とした新しい製品にリサイクルする試みです。このプログラムの発足以来、3,500kg以上のロープが埋め立てや焼却にまわされるのを防いできました。

Close the Loop

- ・50：スイスにすでにあるロープ収集ポイントの数
- ・67%：通常のTシャツと比較してTシャツ1枚あたりのCO2削減量
- ・100%：リサイクル素材の割合

マムートの目標は、ロープからロープへのリサイクルプログラムを設計することです。しかしながら現在の技術では、そのようにして作られた繊維はクライミングロープに求められる安全性を満たすにはまだ十分とは言えません。2021年、Close the Loopの運用はISPO金賞およびドイツサステナビリティ・プロジェクト賞の栄誉に輝きました。現在、Close the Loopプロジェクトを拡大し、他のヨーロッパ14カ国でクライミングロープの回収プログラムを立ち上げているところです。

レスポンスビリティ・レポート全文

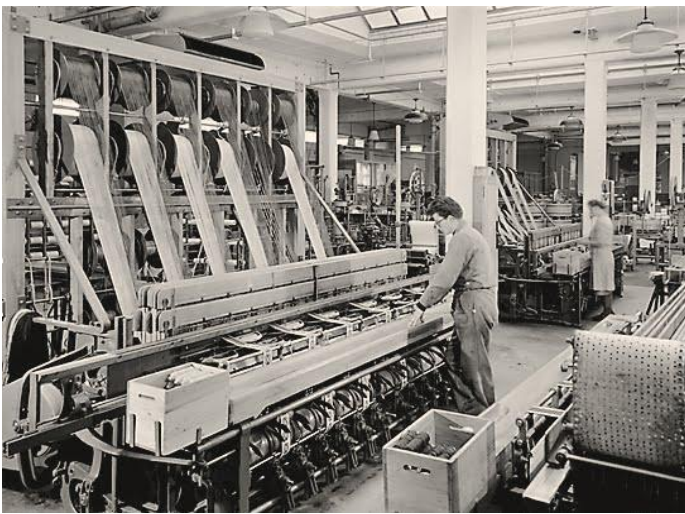
URL：<https://www.mammut.jp/topics/160th-anniversary>

この取り組みについて興味がありもっと詳しくご覧になりたい方は、上記リンクよりレポートの全文をチェックしてください。レポートを閲覧いただき質問がある場合は、グローバルサイトをご覧いただき、メールにてお問い合わせください。またマムートジャパンのマーケティング本部にご連絡いただくことも可能です。

ABOUT MAMMUT : マムートについて



1862年にスイスでロープメーカーとして誕生し、今年で創業160年を迎えたマムート。高品質のプロダクトと類い稀なブランド体験を提供するアウトドアブランド。160年にわたりその代名詞とも言える安全性とイノベーションを追求し続け、世界でマーケットをリードするグローバルプレミアムブランドとして高い評価を獲得。その洗練されたデザインと、極めて高い機能が融合した製品ラインナップは、アパレル、フットウェア、バックパック、ロープ、クライミングハードウェア、アバランチセーフティと他に類を見ないほど幅広く構成されており、世界屈指の長い歴史と伝統をも誇るアウトドアブランドとして、世界約40の国・地域で展開しています。日本では直営店を札幌、仙台、東京、横浜等の主要都市で10店舗展開し、全国約400店の小売店で販売されており、大きく拡大しています。



[ABOUT MAMMUT : マムートについて]

<https://www.mammut.jp/topics/explore-heritage>

[マムート 160周年 特設サイト]

https://www.mammut.jp/topics/160th-anniversary?p_tbn

〈ブランド表記/お客様問い合わせ先〉

ブランド表記

英：MAMMUT

和：マムート

〈お客様お問い合わせ先〉

英：MAMMUT SPORTS GROUP JAPAN

和：マムート スポーツグループジャパン

150-0001 東京都渋谷区神宮前 2-4-11 Daiwa 神宮前ビル 4F

TEL:03-5413-8597

HP : <https://www.mammut.jp/>

〈本件お問い合わせ先〉

MAMMUT SPORTS GROUP JAPAN

150-0001 東京都渋谷区神宮前 2-4-11 Daiwa 神宮前ビル 4F

[TEL:03-5413-8597](tel:03-5413-8597)

宇津木(UTSUGI) / 090-1332-3457 / Shota.Utsugi@mammut.com