



MAMMUT
SWISS 1862

2021

Responsibility Report

マムート・レスポンシビリティ・レポート2021

2021

Responsibility Report

マムート・レスポンシビリティ・レポート2021

目次

このレポートについて	3	気候変動戦略	22	オペレーションと物流	59
取締役会長からの手紙	4	目的と範囲	25	自社事業オペレーション	61
マムートについて	5	CO ₂ 排出量	27	貨物輸送	62
歴史	7	CO ₂ の削減	28	パッケージング	64
2021年度の実績ハイライト	9	製品と素材	30	サプライヤー戦略	65
企業展開	10	WE CARE	32	サプライヤーエンゲージメント	66
目標	11	クリーンな製品	33	Higgインデックス	67
チーム	12	動物福祉	39	参考資料	69
レスポンシビリティ	14	削減されたCO ₂ 排出量	42	マテリアリティ評価	70
レスポンシビリティジャーニー	16	エシカル労働環境	46	補足情報	72
影響と戦略	17	循環性とサービス	52	用語集	75
責任体制	18	品質と耐久性	54		
会員協会とパートナー	19	Close the Loop	55		
コミュニティへの関わり	20	プロダクトケア	56		
		修理	57		
		再販	58		



このレポートについて

私たちは社会と環境問題を扱った、包括的なリスポンシビリティレポートを初めて発表することを誇りに思います。

私たちの目標は、年次社会報告書を補完し、2025年度ターゲットレポートに記載された目標に対応するための一元的な文書を提示することでした。共有されたデータと調査結果は2021年度の報告期間におけるものです。次からは、弊社の歴史、チーム、方針、そして戦略について知っていただくページとなります。私たちが成し遂げた仕事を、初期メンバーとして業界を先導してきたことから、近年始めた試験的プロジェクトまで、あらゆる業績を皆様と一緒に分かち合えることをとてもうれしく思います。これまでの道のりで遭遇した成功も課題も一緒に分かち合うことで、私たちができる限りの透明性を持つことに努力していることがお分かりいただけると思います。

→ [2021 Social Report](#)

→ [2025 Target Report](#)

Inquiries about this report:

→ responsibility@mammut.com

取締役会長からの手紙

2021年を振り返ると、マムートにとって、オーナーが変わり経営陣も変わるという重大な年でした。でも、もっと大切なのは世界が激動の時代に見舞われたことです。このような厳しい時代にもかかわらず、今まさに初のリスポンシビリティレポートを送り出すことができ、私は喜びと誇りで胸がいっぱいです。

2021年、コロナ禍は継続的に私たちのビジネスに大きな影響を与えました。オフィスに出勤できない、家族と離れて暮らす、サプライチェーンに支障をきたすなど。こうした不確実性の中で、自然と山々はエネルギー、平和、そしてインスピレーションの源です。

山は私にとって、そして数えきれない他の人々にとってふるさとです。山がもたらしてくれるときめきは、他ではなかなか味わえないものです。山は私をより高い限界まで押し上げてくれます。境界線を広げてくれ、心身を駆り立て、世界と自然が与えてくれる美しさを楽しむよう招いてくれます。生きるために、私たちには健全で豊かな環境が必要です。「山によって動させられる世界を創る」という私たちの目標に導かれ、私たちのアンバサダー、消費者、パートナー、そして同僚各位が責任をもって行動するよう、私たちのプラットフォームを利用して導き鼓舞するよう努めます。

バリューチェーン全域で、私たちは素材効率の構築、新しい循環アプローチの発展、そして持続可能なイノベーションを追求するために相応しいパートナーを見つける方法を探しています。

「私は深く確信しています。私たちは企業として責任を持ち、私たちの子供たち、彼らの子供たち、そしてさらに続く世代のために正しいことをしなければならないと」



個人的な思いからですが、遅すぎることはないとは私は願っています。5人の子供の父として、私は深く確信しています。私たちは企業として責任を持ち、私たちの子供たち、彼らの子供たち、そしてさらに続く世代のために、正しいことをしなければならないと。私の願いは、子供のころ私ができたように、孫もスキー、氷河を歩く、そして山登りができることです。

私は弊社初のリスポンシビリティレポートを分かち合えて嬉しく思います。それは科学的根拠に基づく目標に立ち、投資に真剣に取り組み、CO₂排出量、そしてどうすればそれを大きく削減できるかに目を向けた、複数年にわたる堅実な計画における重大な節目となるものです—すべて前向きの変化へ進むという私たちの志に沿った。

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'GN' or similar initials.

Greg Nieuwenhuys
Executive Chairman
Mammut Sports Group AG

01

マムートについて





1862年創業

スイスのプレミアム・アウトドア・ブランド

私たちは世界中の山岳愛好家のために、高品質の製品と類い稀なブランド体験を創出します。

私たちは160年前の創業以来、機能性と性能を兼ね備え耐久性に優れた製品で、安全性と革新における世界のトップ企業であろうと努力を重ねてまいりました。ハードウェアからアパレル、フットウェアまで、弊社の製品ラインナップは山岳愛好家のためにあらゆるものを網羅するものとなっています。

ヒストリー

創業者 カスパー・タナー（右端）と彼のチーム
1862年スイス・ディンティコンに設立した当初のロープ工場の前で





弊社のルーツは、スイス・ディンティコンでロープ職人のカスパー・タナーが設立した小さなファミリービジネスに遡る。弊社のロープは主に農業用に製造されている。



スイス軍のために開発したバリーボックスVS86が雪崩の危険から身を守るための道具を創る弊社の歴史の始まり。雪崩に巻き込まれた場合、トランシーバー（ビーコン）は救命率を著しく高め、のちに弊社のエアバッグ、探査機、シャベルの開発へと続く。



アイガーエクストリームコレクションは、高山探求のために発売された。マムートアスリートたちは優れた登山のニーズを必ず満たすよう、開発プロセスに深く関わっている。

2006年、私たちは環境と社会への責任に益々真摯に取り組む。材料や労働条件の改善、気候変動戦略の開発など。



MAMMUT
SWISS 1862

1862

1952

1969

1981

1995

2003

2006

2022



80年後、そして第二次世界大戦時、社名をマムートと改名。製造の中心を登山とセーリング用のロープにシフトする。1950年代にはナイロン繊維で作られた最初の氷河用ロープを発売し、高山での安全性にとって画期的な製品であることを証明した。



追加のハードウェア、アバレル、そしてフットウェアを開発。山岳スポーツ用品への総合的なアプローチを確立させる。



2003年、社名を今日に続くマムートスポーツグループと改名。2000年代初頭にはノルウェーの寝袋製造業者アユングラックと山岳ブーツ専門業者のライケルを買収する。



2022年、創業160周年を祝う。現在35か国で展開し、全世界で850人超のアウトドア愛好家たちを雇用。カスパー・タナーは彼の懐かしい会社の成長ぶりを誇らしく思うことだろう。私たちは今日楽しんでいる冒険心を未来の世代が体験できるように、レガシーと世界を創ろうと私たちは努めている。

2021年度実績ハイライト

100%



ダウンは100%リ sponsibl・ダウン・スタンダード認証のダウンです。

環境的および社会的取り組みは、ヒグブランド&リテールモジュールにより最初の団体として独自に検証されました。

クローズ・ザ・ループ・プロジェクトは、2021年度ジャーマン・サステナブル・アワードを受賞しました。



CLOSE
THE
LOOP
RECYCLE YOUR ROPE | REDUCE YOUR FOOTPRINT

気候変動戦略はスタンド・アース・フォッシル・フリー・ファッション・スコアカードで、全参加ブランド中最も高い評価を受けました



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

SCIENCE BASED TARGETS
initiative certified our climate
targets

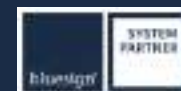
100%



ドイツ国内すべての店舗および倉庫で100%再生可能電力を使用

HRは総合管理部へ昇格。ピープル&カルチャー重視策を強化しました

2011年以来認定を受けている、ブルーサイン・システム・パートナーに再認定されました



スイス観光局の100%ウィメンズ・ピーク・チャレンジ賛助企業として、20か国から参加した700人の女性登山家がスイスにある48すべての4000メートル級の山々を登るイベントを支援しました

社内製品ケアチームで14,000件を超える修理が行われました



13 years as a Fair
Wear Foundation
Member



Acquisition by Telemos Capital

企業展開



35

35か国で活発な流通 フルレンジのアウトドア・アパレル、ハードウェア、そしてフットウェアを提供

51

51のマムートブランドおよびアウトレット店を世界中で展開

850

8か国で850人を雇用

4.5

450万点の製品を2021年に販売



目的

to create

私たちは人々が安全に山を体験できるようにする製品を創ります。より高い山を登るのに必要なツールや、日常生活に優れた機能性をもたらす高品質アパレルやフットウェアなど、私たちは山へのアクセスをサポートいたします。

a world

どこで暮らしていようと、人々が山を体験できるような世界を創るために私たちは存在します。ドラマチックな登山から家族連れのハイキング、デジタルストーリーテリングまで、私たちは山の体験を身近なものにします。

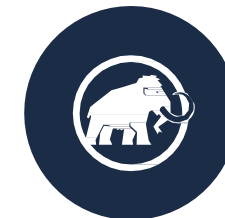
moved

私たちはあらゆる方法で山を楽しむよう人々を動かします。楽しさから喜び、畏敬の念へと情緒的に動かしながら、人々を肉体的限界に挑戦するよう動かします。これらの体験の組み合わせが、新しい冒険へのトライ、山に対する敬意、そして自分たちの地球を守るために意義深い役目を果たすことへと人々の気持ちを動かすのです。

by mountains

地球上に山ほど人々を感動させるものはありません。山はあなたに挑戦します。山はその美しさであなたの言葉を失わせません。山は私たちが自分を、お互いを、そして自然をどう見るか、その見方を変えます。山は私たちの世界における考え方であり、実践であり、在り方なのです。

チーム



社員は会社を支える屋台骨であり、私たちは彼らが最高の仕事ができるようサポートを惜しみません。

従業員との関係

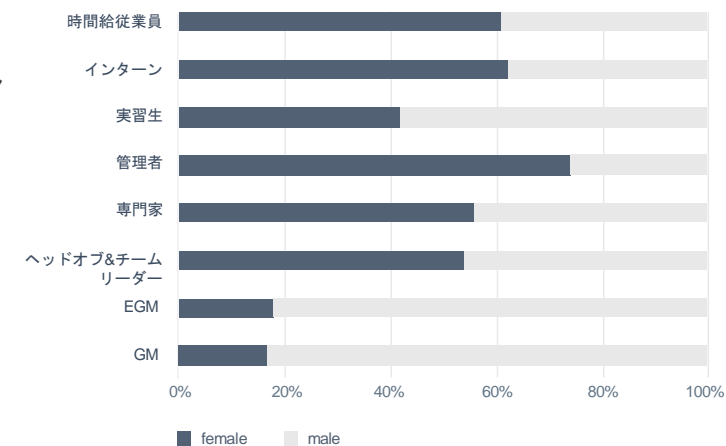
2019年以来、従業員の満足度、所属、リーダーシップを測るため、隔年でパルスチェックを行い最重要の社内トピックを評価しています。各々のパルスチェックはその瞬間の従業員のムードをとらえるため個別になされており、従ってその時の最もプレッシャーを感じる話題に関する質問がされません。過去における結果では、文化とチームスピリットが従業員に高く評価されてきました。加えて、ほとんどの従業員は自分の役割と責任をはっきり認識し同調しており、率先してお互いに協力し合っている様子が見えます。

次に、パルスチェック調査で分かった懸念事項にどのように対処したか、その一例をご紹介します。2020年、従業員との社内コミュニケーションの評価が低かったのを受けて、私たちはすべての従業員に向け毎月のCEOとのインフォメーションセッションを導入しました。こうしたことで、2020年から2021年における社内コミュニケーションの満足度は10%増加しました。透明性を改善する努力をにおいて私たちはこうしたセッションをパルスチェック共々続け、組織にある従業員の懸念事項に対処していく所存です。

従業員の福利厚生

- マムートおよびその他スポーツブランド製品のディスカウント
- 2021年度末、これまで恒例だった物によるクリスマスプレゼントの代わりに、従業員に時間というギフトを送る決定をしました。
- マムートのオフィスは2022年のアースデイを休日としました。
- 小売り店舗や倉庫、その他のエッセンシャルワーカーたちは、一年中いつでも好きな時に取れる代休を受け取りました。
- 50%のフレキシブル通勤
- セオンにあるオフィスでの無料のフィットネスクラスとスイス中のパートナークライミングジムへのアクセス

男女平等、多様性、そして共生





私たちはリーダー的地位への女性の登用数を増やすよう真摯に取り組んでおり、女性に平等な機会を提供する労働環境を創っています。この取り組みを全うするために、私たちはグローバル・ダイバーシティ&インクルージョンチームを創設しました。

このチームは、組織内でこれらのトピックを推進するために交流を促進し、提案を形成するという目標を持って、弊社のワーキング・ペアレンツ・アンド・ウィメンズ・ネットワーク・ワーキンググループを監督しています。さらに、ジェンダー・ダイバーシティ&インクルージョン・アカウンタビリティ・ターゲットは、日常業務のさまざまな部門での男女比を設定しています。

アメリカチームすべてのヒエラルキーの中の意識をより高めるために、弊社は6か月にわたるダイバーシティ - エクイティ - インクルージョン トレーニングコースを運営するよう、エコインクルーシブとパートナー提携しました。このコースは、無意識の偏見、特権と自覚なき差別の理解、反人種差別主義の支援、組織的レビューレンズ、そして多文化組織の構築といったトピックを扱います。トレーニングは、各コース平均20人の参加者で2021年後半に始まりました。

将来有望な人材

見習いやインターンを通して、私たちはアウトドア業界のために次世代の革新的従業員を育てる努力をしています。2021年には11人の見習いと20人のインターンを世界規模で迎え入れました。

社員育成

私たちは従業員がプロフェッショナルなスキルを伸ばすよう励ましたいと思っています。自分で選んだ更なる教育コースへのサポートに加え、2021年にタレント・ディベロップメント・プログラムに取り組み始めました。プログラムは2022年初頭に開始され、社の未来を形作ることへ興味と意欲があることをその仕事ぶりで示し、同僚から推薦された従業員に対して、更なる指導とメンタリングを行うことを目的に作られています。このプログラムの参加者は70%が女性です。そのため女性のためのリーダーシップと管理職への明確なパイプラインが作られているのです。

内部通報制度

従業員が懸念や苦情を効果的、合法的、かつ報復の恐れのない方法で伝えることができると感じるようにするため、私たちは従業員が社内外の問題を報告するためのパイプラインを複数用意しています。このシステムによって個人が望めば匿名で申し立てをすることができます。報告書は直接マムートの法律カウンセル、または匿名で法律事務所のプレシ&パパに送られる場合があります。

Mammut legal counsel
→ legal@mammut.com
Phone: +41 (0)62 769 83 50

Anonymous submission
→ whistleblowing@blesi-papa.ch

Additional claims
→ [Integrityline](#)

02
レスポンスビリティ



レスポンシビリティ



山に動かさる世界を創るという目的のもと、私たちは人と世界の繁栄に積極的に取り組む未来へ向けた、グローバルブランドの構築を目指します。

私たちのビジョンは、2015年に国連総会で定められた2030持続可能な開発目標に導かれています。組織の性格上、私たちは特に以下の目標とその実現に焦点を当てます。健康と幸福、清潔な水と衛生、真っ当な仕事と経済成長、合理的消費と製造、気候変動対策、そして目標のためのパートナーシップ。

弊社の事業活動において、CO2排出量のネットゼロに向けてカーボンフットプリントの削減に積極的に取り組み、倫理的なサプライチェーンを構築し、労働者の公正な条件を保証します。私たちの製品作りへのこだわりは、高品質の材料を使い、丈夫で修理できるようにデザインされています。また弊社の益々循環するサプライチェーンに再参入することも可能です。

製品に説明責任と透明性を持たせるための努力の一環として、WE CAREのフレームワークを構築しました。そこに2025年の目標とともにベストプラクティスアプローチが設定されています。私たちはコンスタントに進捗状況を追跡し、改善の機会を得るためにプロセスや行動を評価しています。

責任とはチームスポーツです。そんなチームスポーツのように、私たちはサプライヤー、小売業者、そしてより幅広いステークホルダーとともに働き学ぶことを目指しています。

→ [2025 Target Report](#)



レスポンシビリティージャーニー



1862年の設立以来、山の景観は劇的に変わりました。この結果、環境的社会的責任は2006年の戦略的ビジネスアジェンダの中で初めて定義されました。国際的なサプライチェーンの課題は、業界の専門家や外部のモニタリングシステム、そしてFair Wear Foundationやbluesign®などのパートナーと協力して解決しました。

2018年の国連の気候変動対策のためのファッション業界憲章の主要な署名者として、弊社は気候危機を戦略的課題のトップ項目に置いています。業界との連携と認定に加えて、スイス・グレイシア・イニシアティブやCO2法案などの政治的議論も行っており、サステナビリティの実践を向上させるために政府と企業を結ぶ団体、スイスクリーンテックに参加しています。

影響と戦略



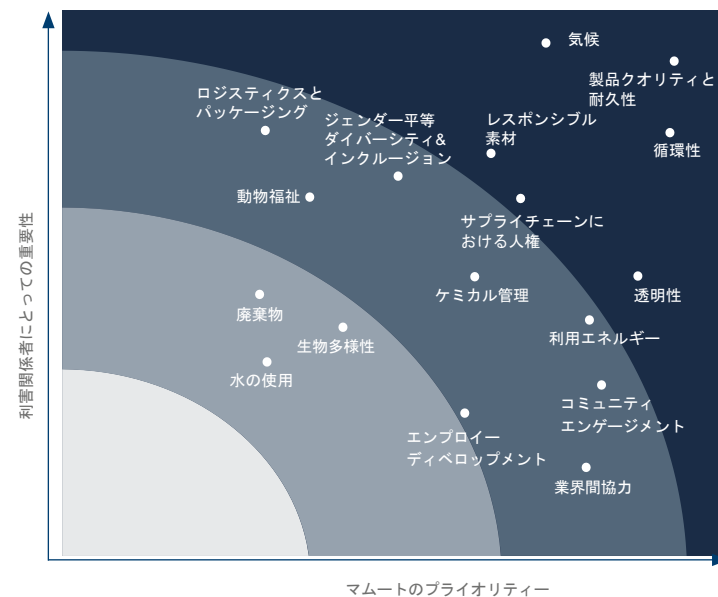
弊社の製品は世界中の人々に楽しいアウトドア体験を提供します。このことを誇らしく思うと同時に、私たちの事業活動が社会的環境的影響を伴うことを自覚しています。

スポーツ用品業界向け素材、生産、物流がもたらす影響は評価しきれないかもしれません。その結果、多方面のステークホルダーの視点を通して優先事項を決める助けとなる、マテリアリティマトリックスを作成しました。社のレスポンシビティチームが、私たち自身のチームメンバー、科学の専門家、そしてNGOと密接に連携しています。

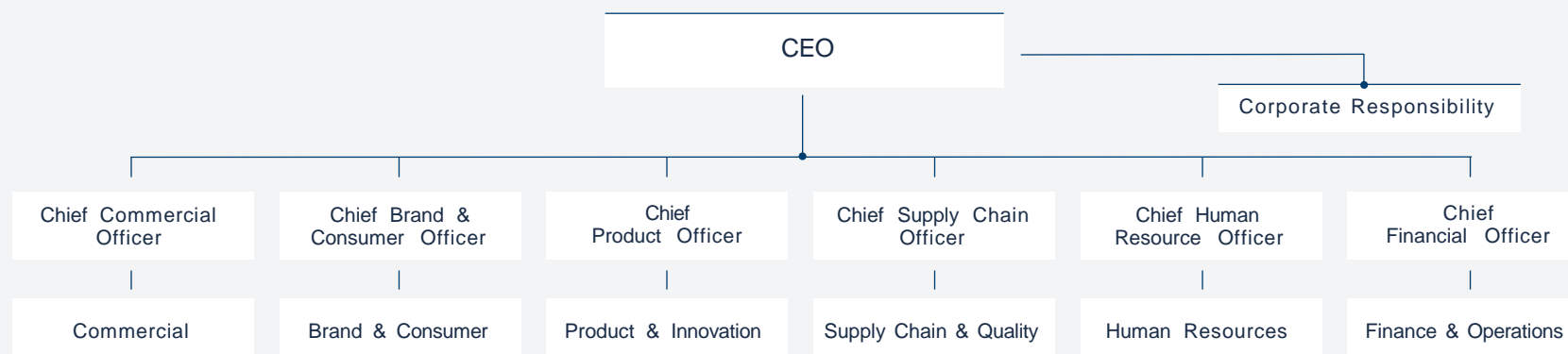
→ これに関する詳細は、**Responsibility: Membership associations & partners.**

マテリアリティマトリックスでは、トピックはブランドとしての優先順位とステークホルダーにとっての重要性に従って評価されます。その結果、私たちが最も大きな影響力を持つ場所や注意、資源を最も必要としている場所にエネルギーを集中させることができます。とはいえ、記載されている項目はすべて関連性があり、どれも無視されてはなりません。サステナビリティの問題は相互に依存しています。つまりある分野の改善は他の分野に波及するのです。このアプローチは私たちの最善の判断を表すものであり、新しい洞察、行政への提言、最新の科学研究、お客様からのフィードバックを反映して、定期的に評価されます。私たちは製品の品質と性能を常に向上させ、社会的環境的影響を低減しています。

→ マテリアリティマトリックスのデータは
Materiality assessment



責任体制



弊社は企業責任に関する専任チームを設置しています
企業責任チームは、サステナブル・イニシアティブ実施と調整において組織全体をサポートします。このチームには、3人のフルタイム社員と気候変動への影響、化学物質、ベンダー管理を専門とする2人の追加社員がいます。さらに企業責任チームのトップは拡大した経営陣の一員です。

企業責任チームは直接CEOに報告します
企業責任チームはすべての部門と緊密に仕事をしており、変更を改善し実行するためにCEOとも直接やり取りしています。CEOレポーティングラインは環境的社会的トピックが取締役会と経営陣の中で高い可視性を維持することを保証します。取締役会では、CEOが企業責任を監督するよう指名されています。

企業責任は私たちの組織全体が協力して取り組むものです
企業責任は一部署だけで取り組めるものではありません。従業員それぞれの取り組みが必要です。私たちのチームメンバーは、各分野の真のエキスパートです。彼らは私たちの責任を日々の仕事に反映させています。

会員協会とパートナー



成功は協働してこそ成し遂げられると私たちは強く信じています。

私たちの経験や専門知識を透明性をもって共有することで、ほかのブランドや組織の旅をサポートしたいと願っています。このコラボレーションと外部パートナーからの一貫したフィードバックは、私たちの戦略や施策を継続的に見直し微調整をするのに役立っています。

そうした精神から...

私たちは自分たちの思いに近いトピックについて、誓約に署名し声をあげました。



私たちはさまざまなイニシアティブや業界コラボレーションのメンバーです。



私たちは企業責任に関する特定トピックのための国際的なワーキンググループに参加しています。

- ・使い捨てプラスチックプロジェクト
（ヨーロピアン・アウトドア・グループ — EOG）
- ・サプライチェーン脱炭素化プロジェクト（EOG）
- ・サステナビリティに関する耐久消費財円卓会議（EOG）
- ・マイクロファイバー共同事業体
- ・気候に関する国連枠組み条約
チェンジ（UNFCCC）脱炭素化への道

→ Learn more about our partnerships in **Product and materials.**

コミュニティへの取り組み



私たちは強く信じています。山は人生を変える力、人々をつなぐ力、そして心の健康を増進させる力を持っていると。私たちの献身的なNPOパートナーは、社会から疎外された人々や歴史的に排除された人々に、マウンテンスポーツの楽しさをより身近にしてくれ、アウトドアでの気候危機や社会的公正さに対する政治的関与を促進してくれます。

ClimbAID

クライムエイドは、戦争や貧困の影響下にある地域社会にクライミングの楽しさをもたらします。このNPO団体はレバノン、ギリシャ、スイスにプロジェクトを持ち、登山を介して難民や亡命者を支援します。彼らは子供や青少年の社会的統合や個人的発達を支援することに、資源を集中させます。彼らの主要パートナーとして、弊社は用具の提供や資金的サポートを行っています。2021年の夏には社員1人がレバノンに行き、クライムエイドのスタッフと一緒にプロジェクトへの取り組みを実現させました。登山用具部の織物技術者が選ばれました。彼女はレバノンに渡って4週間、参加者と一緒に働きクライミングへの愛を分かち合いました。

Protect Our Winters

プロスノーボーダーのジェレミー・ジョーンズが2007年に設立したプロテクト・アワ・ウィンターズ (POW)は、国際的なNPOで、より厳しい気候変動規制を提唱し、現在と将来世代の世界を守る政策を推進しています。2021年のアースデーでは、スイス、日本、アメリカのPOWとのパートナーシップ提携を発表しました。2021年、スイスで野心的な気候変動対策法案を通すために、“ボート・ナウ。ライド・レイター。”キャンペーンに参加しました。弊社はまた、低炭素モビリティに焦点を当てた#POWテイク・ザ・トレイン啓発キャンペーンにも参加しました。アメリカでは雪崩安全週間に、アメリカ人アスリート、ミシェル・パーカーとコーディー・タウンゼントとともに、POWバーチャル・ムービーナイトを開催しました。



Climb United

2021年、アメリカン・アルパイン・クラブ(AAC)が行った、クライマー、クライミング団体、業界ブランドが一体となって、人種、性別、性的アイデンティティの受容をめぐる文化を変革するためのイニシアティブであるクライム・ユナイテッドの立ち上げに協力しました。クライム・ユナイテッド・ルート・ネーム・タスクフォース(RNTF)は、差別的で抑圧的なルート名に対する啓発、ガイドライン、オープンフォーラムでの議論を提供する団体の一員です。2021年に弊社は数日にわたるお祝いのコミュニティ・フェスティバル、ACC'sシェルフ・ロード・クラッギン・クラシック開催に協力しました。

The Lady Alliance

弊社のアメリカ社は、メンタルヘルスと冒険を結び付け、北米の女性たちに自信とコミュニティをもたらすことを使命とするレディーアライアンスと提携しました。私たちは夏と冬に一回ずつ、バーチャルなアドベンチャー・セイフティ・フェスティバルを共催しました。

このフェスティバルは入場無料で、教育セッションと抽選会を提供しました。弊社所属のアスリートたちも参加し、バックカントリースキーやクライミングの安全に関する話や資料を分かち合いました。テクニカルツールやアパレルを得るための金銭的障壁を軽減するために、レディーアライアンスのメンバーには、ディスカウント商品の用意もあります。

Access Fund

アクセスファンドは、クライミング環境の持続可能な利用と保全を目指す非営利の提唱団体です。2021年秋にアクセスファンドのクライマー・スチュワーズ・プログラムを支援し、用具やウィークア・クラシックロープを提供しました。クライマーズ・スチュワーズ2名がユタ州インディアンクリークに9週間滞在し、登山客に環境負荷を最小限に抑え、責任をもってレクリエーションする方法について情報と資料を提供しました。

03

気候変動戦略



気候変動戦略



地球の気候は危機に瀕しています。私たちが愛する環境は変わりつつあり、私たちは組織としてそれに応えなければなりません。

私たちの気候変動戦略のモットーは「Do our best/最善を尽くす—Remove the rest/残りは除去」。このアプローチは、自然科学的アプローチ、技術的アプローチ、あるいはハイブリッドアプローチのいずれであっても、具体的で進歩的な気候変動対策や測定可能な炭素除去ソリューションに焦点を当てることを促進するものです。弊社はパリ協定の国連ファッション産業憲章による気候変動対策に署名し、2050年までにネットゼロを達成すべく取り組んでいます。グローバルウォーミングを工業化以前の水準から1.5°C以内に抑えることにおいて役目を果たすために、科学的根拠に基づく目標を設定し、バリューチェーンを大幅に脱炭素化する施策を明確にしました。最善を尽くし、残りは除去戦略は、最新の科学的根拠に基づく目標イニシアティブ(SBTi) コーポレート・ネット・ゼロ・スタンダードに基づいています。SBTiは非営利団体カーボン・ディスクロージャー・プログラム(CDP)、国連グローバルコンパクト、ワールド・リソース・インスティテュート(WRI)、そして世界自然保護基金(WWF)によって始められました。

私たちの目標は、私たちの温室効果ガス排出を2030年までに基準年である2018年比半減させることです。そのためには、現在のビジネス慣習のあらゆる分野に挑戦する必要があります。私たちは以下のことをすることによって、最善を尽く所存です。

- ・再生可能なエネルギーを使って工場での作業や調達に電力供給
- ・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、たやすく修理できることを保証
- ・代替循環型ビジネスモデルの模索
- ・消費者を巻き込み、政策転換を加速させるための関係強化を支援

私たちの影響力はまた、弊社バリューチェーンにおけるCO₂排出量削減だけにとどまらないことも認識しています。ネット・ゼロになるためには、少なくとも排出量を90%削減し、やむをえず排出されるCO₂を大気中からすべて除去する必要があります。革新的技術に投資することで、残りを除去できるのです。

Our goal

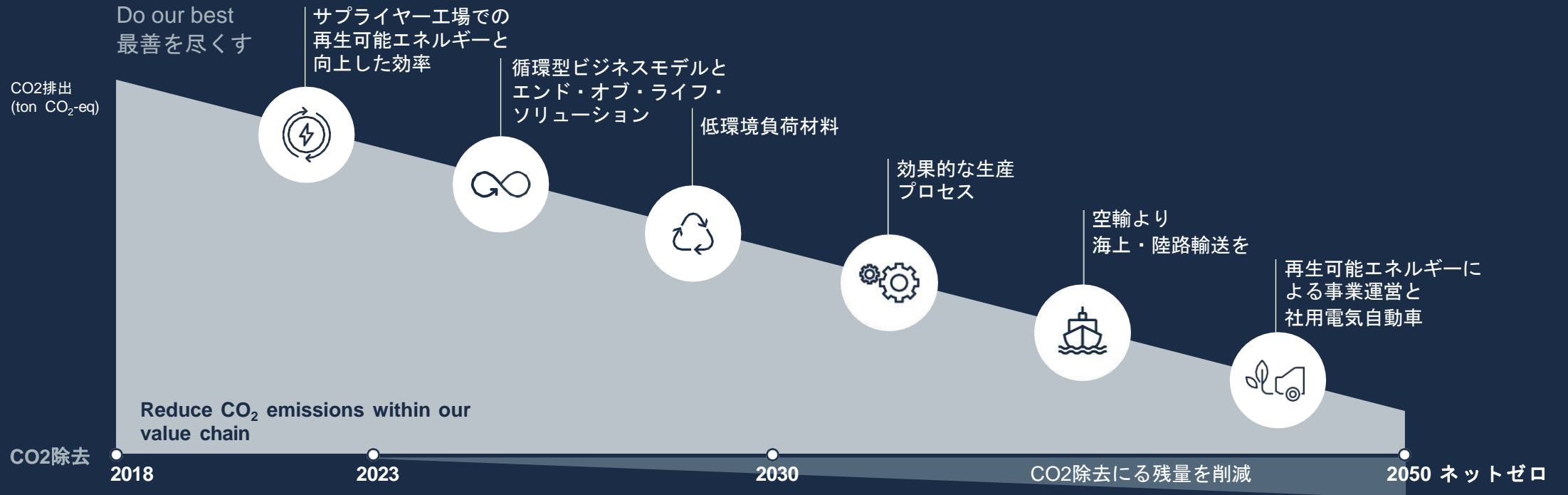
2050
→ ネットゼロ



地球温暖化を1.5°Cに抑える
という全体目標を支援

1.5°C

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



Remove the rest
残量をより削除

私たちの目標は、弊社の温室効果ガスを2030年までに基準年である2018年比半減させることです。

目標と範囲



弊社のカーボンフットプリントは、組織の排出量を分析する主導的な基準であるグリーンハウス・ガス・プロトコール(GHGプロトコール)に従って出されます。3つのスコープに区別され、それは排出量目標と戦略を明確に定義するために使われることもあります。

Scope 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道具からの排出量です。

Scope 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、冷暖房設備の間接的排出量を示しています。

Scope 3 : 製品の開発から廃棄

製造過程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、最も大きく最も厳しいカテゴリーです。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は、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変動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。

私たちの科学的根拠に基づく2030年の目標

Scope 1 & 2

-80%

Scope 3

-55%



SCIENCE
BASED
TARGETS

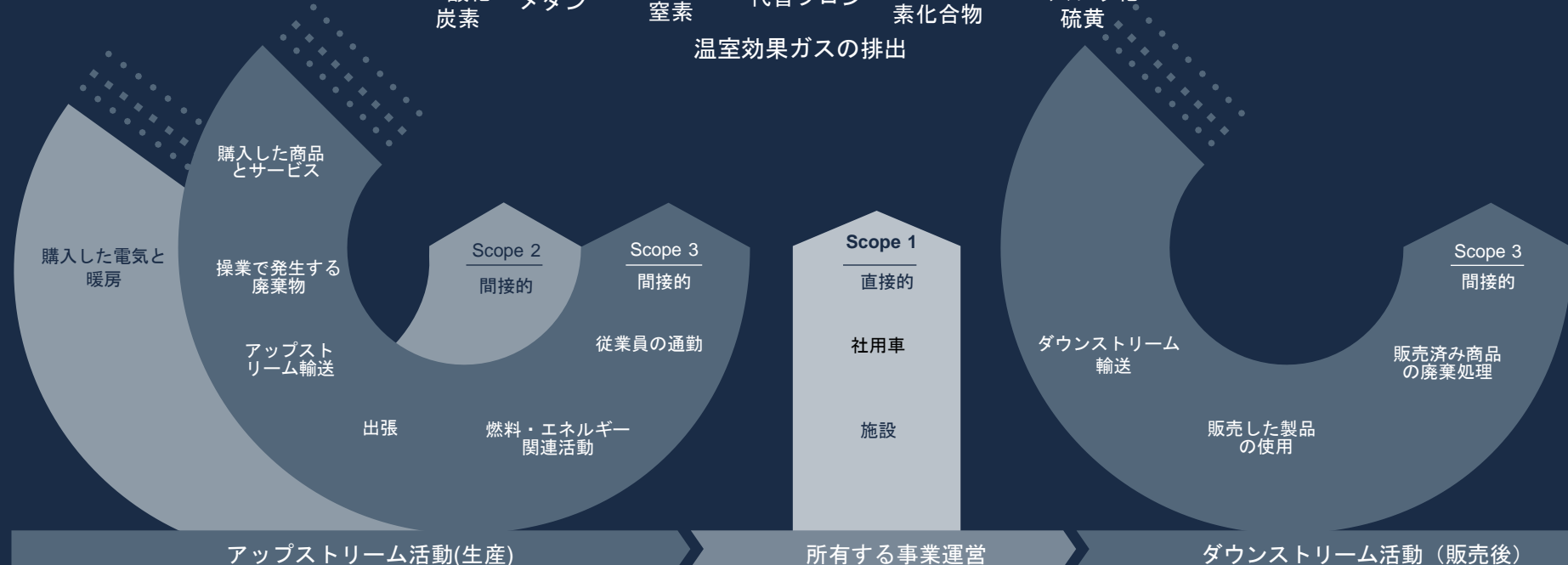
DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Scope 1 - 3



CO₂ 二酸化炭素
CH₄ メタン
N₂O 亜酸化窒素
HFC_s 代替フロン
PFC_s 有機フッ素化合物
SF₆ 六フッ化硫黄

温室効果ガスの排出



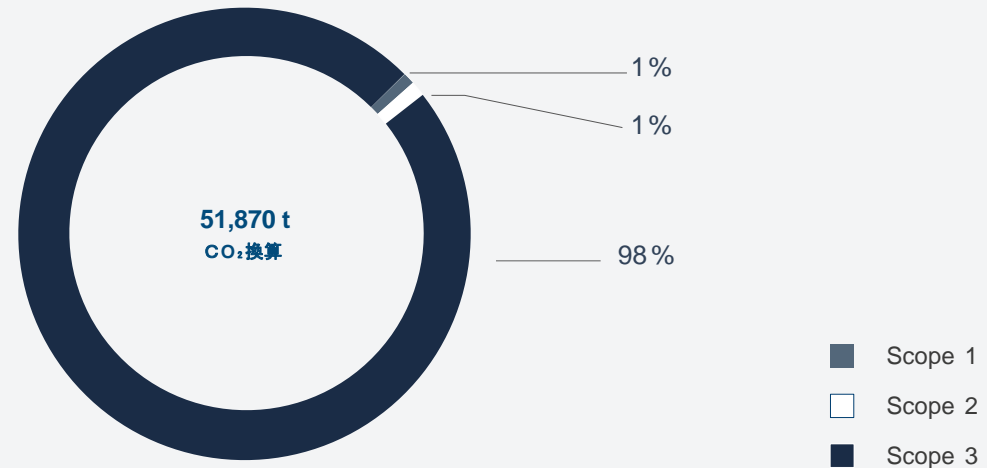
カーボンフットプリント



カーボン・アカウンティングは急速に発展している分野で、2018年以来、私たちの毎年のカーボンフットプリントは気候変動戦略の基礎となっています。

ネットゼロテクノロジーとの提携による計算を可能な限り正確に行うため、可能な限り弊社の事業所やサプライヤーからのオリジナルデータを使用することで、わずか数年でデータ収集プロセスを進展させました。2021年度のフットプリントは、CO₂換算で51,870トンだったと見積もられています。

Our 2021 carbon footprint



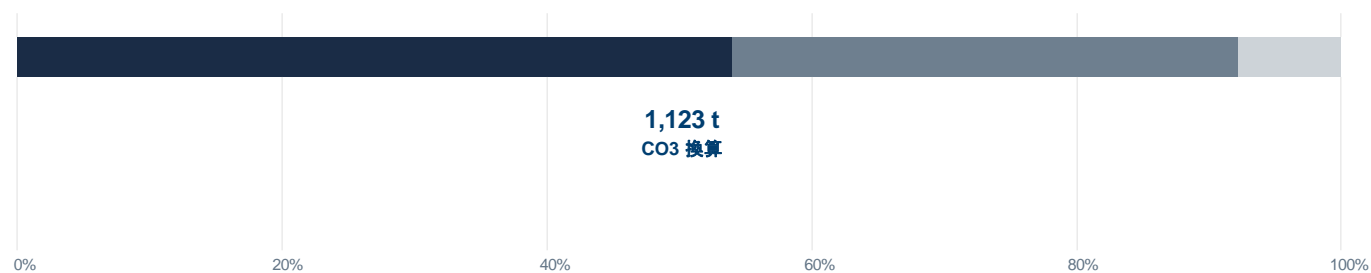
*CO₂換算とは、異なるCO₂の地球温暖化係数(GWP)に基づく単位です。.

CO2の削減

スコープ1および2の運営において



Scope 1 & 2



■ Company cars ■ Heating ■ Electricity

スコープ1と2の排出量は、2021年のカーボンフットプリントの2%を占め、CO2換算で合計1,123トンでした。

2021 Priorities & highlights

再生可能電力

EUの倉庫、オフィス、小売店を含むドイツにある弊社最大の子会社で、再生可能電力の供給開始

電気自動車

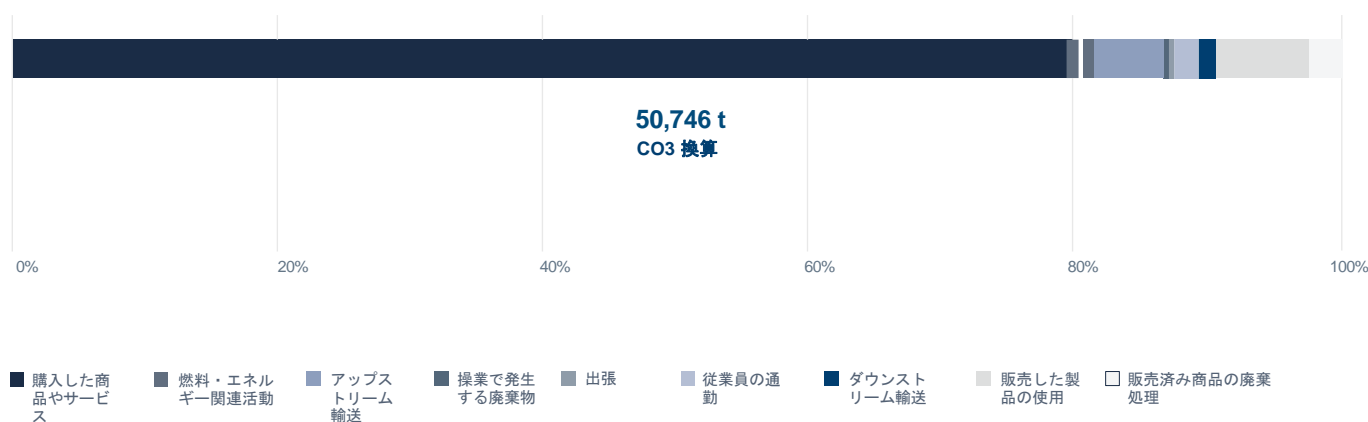
スイスとドイツのオフィスに電気自動車用の充電スタンドを設置

CO2の削減

スコープ3のアップストリーム、ダウンストリーム活動において



Scope 3



スコープ3の影響はCO2総排出量の98%を占めています。それゆえ、スコープ3への取り組みが弊社のフットプリント総量を減らす大きな可能性を秘めていると見ています。

2021年にスコープ3の排出量はCO2換算で50,746トンと見積もられました。

2021 Priorities & highlights

- サプライヤーのエネルギー効率—EOGのサプライチェーン脱炭素化プロジェクトに参加
- 航空貨物ソリューション—航空貨物への依存を減らすための目標を設定
- 環境負荷少ない材料—リサイクルポリエステル、ポリアミド、ソリューションダイニングの使用を増やす
- 効率的な生産プロセス—気候目標をサプライチェーン戦略やサプライヤー評価に加える
- 循環型ソリューション—クローズ・ザ・ループプロジェクトを立ち上げ、再販プログラムを行い、14,000件の製品修理を提供

04

製品と素材





製品と材料

より耐久性があり倫理的で、サーキュラーエコノミーの一部である製品の作成を支援するために、組織全体のチームメンバーがWE CARE フレームワークと目標を定義しました。

WE CAREは、当社の材料と製品の技術と性能を開発する一方で、クリーンプロダクト、動物福祉、フットプリントの削減、およびエシカルな労働環境に責任を負っています。2018年から2023年の間に作成され、2020年の夏から2025年の間に市場にリリースされた、またはリリースされる予定の製品の設計および開発チームに対して、5年間の責任目標と主要業績評価指標が設定されました。

これらの目標と、測定および達成するために使用する認定の詳細については、次のページを参照してください。

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

クリーンプロダクション



物の製造者として私たちの旅は始まります。使用する材料と化学物質を見直すことによって、そして生産中および生産後の両方の場面で、それらがどのように環境や人々に影響を与えるかをレビューしています。

2011年よりサステナブルで責任ある繊維製造を開発するシステムを提供している、独立したグローバルオーソリティ、bluesign®と、最初に私たちが提携しました。彼らの指導のもと、製品の安全性を確保するためにリスクベースの化学物質管理システムを導入しました。また、bluesign®SYSTEM SUBSTANCES LISTに基づいて制限物質リストを施行し、国内法および国際法で義務付けられている基準よりも高い基準を遵守しています。

2021年には、私たちは、ペルフルオロ化合物（PFC）などの有害化学物質の使用を、より適切に測定、および軽減するために、新しい化学物質リスク評価を導入しました。これらの問題や詳細については、次のページをご覧ください。

→ [bluesign® SYSTEM SUBSTANCES LIST](#)



1 – bluesign®

当社の化学物質管理システムパートナーであるbluesign®は、労働者の健康と安全を改善し、責任を持って資源を使用するための、より安全でサステナブルな繊維製造プロセスを専門としています。

bluesign®製品は、少なくとも90%のbluesign®APPROVEDテキスタイルと30%のbluesign®APPROVEDファスニングおよびトリムエレメントで作られています。

2021年に、当社のアパレル製品の52%、スリーピングバッグの64%、ロープの100%がbluesign®PRODUCTの認定を受けました。

バックパック、バッグ、ハーネスの57%は、

bluesign®APPROVEDのテキスタイルで作られています。私たちの目標は、2025年までに90%の認定された

bluesign®PRODUCTおよびbluesign®APPROVEDファブリックをコレクションに含めることです。私たちは100%を目指さないことを意識的に選択しました。こうすることにより、私たちの基準を満たしながらも、運用を認定するための財源が不足することが多いという新興企業や新進気鋭の、業界のディスラプターとのコラボレーションを継続できるからです。

bluesign® SYSTEM SUBSTANCES LIST(BSSL) に基づく当社のRestricted Substances List (RSL) は、すべてのアパレル、フットウェア、およびハードウェア製品に適用されます。 RSLは、製造に必要な材料、添加剤、および追加プロセスに影響を与えます。

→ RSLの詳細については、製品と材料: ケミカル管理

	 アパレル	 スリーピングバッグ	 バックパック&ハーネス	 ロープ
Summer 2021	52 %	64 %	57 % *	100 %
Summer 2025	90 %	90 %	90 % *	100 %

* Data covers bluesign® APPROVED fabric, not bluesign® PRODUCT

2 - ケミカル管理

テキスタイルが製造される際に、染色や防水などの工程に化学薬品が必要となります。このような化学物質を正しく取り扱うことは、これらのアイテムを扱う人々、環境、およびお客様を保護するために重要です。

化学物質への悪影響を減らし、消費者、サプライヤー、および従業員の安全を確保するために、テキスタイル、皮革、および付属品の特定の試験方法に従って、社内のRestricted Substances List (RSL)に概説されている法的に制限された物質および/または影響を与える物質を追跡します。テストはパートナーサプライヤーにも適用されます。パートナーサプライヤーは、プロセスまたは材料の変更を書面で確認しなければなりません。これによってコラボレーションを続行する前に、更新された契約に署名できることとなります。スポットテストは、リスクの可能性の評価に基づいて選択された個々のアイテムに対して実行されます。このようなテストは、生産国の認定ラボによって、またはアジアとヨーロッパの倉庫に到着した際に実施されます。テスト結果が失敗となった場合、当社の対応プランはその問題によって異なります。製造プロセスを適応させてもいいし、材料の交換、または物品の再加工もあります。



2021年に実施された2,064のテストのうち、合格しなかったのは8つでした。





3 - PFCフリー

有機フッ素化合物（PFC）は、屋外の衣類やその他の用途で使用される化学化合物のひとつであり、製品に撥水性、防汚性、耐グリース性をもたらします。歴史的にPFCの使用は山岳活動を目的とした製品において重要であると考えられてきました。しかし、近年、これは人間の健康と野生生物の両方に悪影響を与えると批判されています。PFCは生分解性ではなく、水や風の中を容易に移動します。その結果、エベレストベースキャンプから人間の血液まで、世界中で発見されています。PFCの使用は、私たちの最大の懸念事項の1つであり、課題の1つです。2016年に、短期的な影響ベースの戦略を使用してPFCフリーの代替案への切り替えを開始し、どの衣服を最初に選択するかを決定しました。それ以来、アパレルでのPFCの使用を85%削減しました。



2021年には、アパレルの86%、アクセサリーの95%、スリーピングバッグの89%、ロープの67%、バックパック、バッグ、ハーネスの83%にPFCが含まれていませんでした。

私たちがまだ直面している課題の1つは、PFCに慣れてしまった後、顧客が期待する基準を満たす代替品を提供することです。PFC製品に関連する耐久性は、化合物が容易に分解されないためです。前者とは異なり、PFCフリーのDurable Water Repellents (DWR) は、耐油性や耐洗濯性にはまだ達していません。

私たちの目標は、優れたパフォーマンスを提供する適切な代替品を見つけ、2025年までにすべてのPFCベースの処理を製品から削除することです。



PFCフリー製品のパーセンテージ



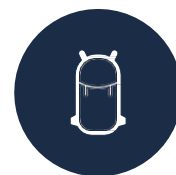
アパレル



アクセサリ



スリーピング
バック



バックパック&
ハーネス



ロープ



フットウェア

Summer 2021	86 %	95 %	89 %	83 %	67 %	N/A
Summer 2025	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

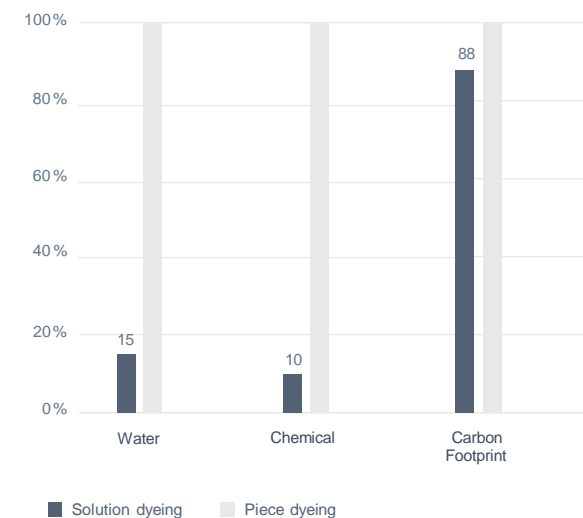


5 – Solution dyeing

従来の部分染色技術は、大量の水、化学薬品、およびエネルギーを必要とする大規模な染浴を使用するため、資源を大量に消費します。その結果、炭素排出量が多くなり、化学的に汚染された廃水が発生する可能性があります。合成繊維を選択するために、当社は水と化学薬品の必要量を大幅に削減し、CO2排出量を削減する溶液染色技術を導入しました。

溶液染色は、染色プロセスが生地の作成の最後ではなく最初に行われるという、色に根本的に異なるアプローチをします。ポリエステルまたはポリアミドの顆粒は、糸に押し出される前に染色されるため、着色顔料は原材料内に閉じ込められ、次に糸に紡がれ、編まれたり、織物に織り込まれたりします。これは、色がテキスタイルの本質的な部分であることを意味し、それにより、従来の部分染めの生地よりも、長く、より耐久性のある色特性を保持することになります。

溶液染色は私たちに新たな課題を提示しています。最小注文数量はより多くなり、生産リードタイムは従来の技術よりもはるかに長くなります。そのために私たちは今後、新たな開発・大量生産を行わなければなりません。私たちは2021年に溶液染色の問題に取り組み始めたばかりでしたが、負荷を減らし耐久性を高めるこの技術の可能性は、今後数年間でより幅広い製品にその使用を拡大するための強力なモチベーションとなっています。



従来の部分染めの生地と比較して、溶液染めの生地は、生産における水の消費量を最大85%、化学薬品の使用量を最大90%、CO2排出量を最大12%削減します。

動物福祉



メリノウール、ダウン、レザーは、スリーピングバッグ、ハイキングブーツ、アパレルなど、一部の製品に使用されている天然素材です。私たちは、最高の動物福祉基準を維持し、サプライチェーンの完全な透明性を達成することを目標に、責任ある畜産を実践している農場と独占的に提携するよう努めています。

Fur Freeの認定小売業者として、外来種や絶滅危惧種の毛、皮、その他の素材を使用することはありません。私たちの商品を生産するために、特別に動物を屠殺することはありません。つまり私たちは肉産業からの副産物である動物材料のみを使用しています。動物をベースとする材料のサプライヤーは、私たちと提携する際に、家畜の飼育、輸送、および屠殺に関する最も厳しい国際基準を遵守しなければなりません。

グローバルな組織であるFourPawsからの推奨に基づいて、動物福祉へのFive Freedomsのアプローチを実装しました。これには、良好な栄養、良好な環境、良好な健康、適切な行動相互作用、および前向きな精神的経験が含まれます。

Summer 2021

100%



Responsible Down Standard certified down

56%



Responsible Wool Standard certified wool

1-レスポンシブル・ダウン・スタンダード



当社のアパレル、アクセサリ、スリーピングバッグに使用されているダウンの100%は、**Responsible Down Standard (RDS) 認証**を取得しています。

RDSは、当社の製品の羽毛が、品質と倫理的な調達における当社の価値観を反映して、適切に処理されたアヒルとガチョウからのものであることを保証しています。生きたまま毛を採ることや強制給餌などは禁止されており、鳥は誕生から終末まで敬意を持って扱われます。RDSのダウンは、最終製品から元のソースまで、サプライチェーン全体にわたって遡ることもできます。

2-レスポンシブル・ウール・スタンダード



メリノウールは、私たちのアパレルに使用されている素材の1つです。

Responsible Wool Standard (RWS) は独立した認証基準であり、Five Freedomsアプローチが支持され、土地管理の進歩的な方法が実践されている農場から羊毛が供給され、土壌の健康、生物多様性、在来種が保護されていることを保証します。さらに、RWSは、認証された農場からの羊毛が適切に識別され、追跡されることを保証します。今後数年間で、RWSをウールのサプライチェーン全体に拡大する予定です。

2021年の夏、私たちの衣服のウールの56%はRWSの認定を受け、ウールの100%はミュールシグをしないものでした。私たちの目標は、2025年の夏までに、アパレル製品のウールの100%がRWSの認定を受けることです。





3 - terracare® & レザーワーキンググループ



私たちはその性能と耐久性のために革を使用していますが、私たちの動物福祉の取り組みに沿って、商品の生産のために特別に牛が殺されることはありません。

さらに、なめしのプロセスは社会的および環境に多大な影響を与える可能性があります。そのため、当社はWE CAREのすべての取り組みを確実に満たすために、認定レザーの取得に努めています。靴のヌバックレザーには、ドイツで最も古いスペシャリストの1人であるJosef Heinenのterracare®パフォーマンスレザーを使用しています。terracare®によると、その生産方法は、業界平均よりも30%少ないCO2を生成し、40%少ない水を使用しているとのこと。私たちが選択したすべての皮革サプライヤーが、Leather Working Group (LWG) でブロンズ以上の評価を受けています。LWGは皮なめし工場を監査し、廃水、エネルギー使用量、トレーサビリティなどを調査します。

terracare®は、LWGによってゴールドと評価されています。

2021年には、私たちの革の82%が、terracare®またはイタリアのRino Mastrotto Groupから認定された原産地のものでした。私たちの目標は、靴の2025年までに100%認定された革に到達することです。



フットプリント削減



生産者にとって、カーボンフットプリントを管理し減らすということは、大規模で驚くほど複雑なチャレンジです。それが差別化されたアプローチを通じて私たちが取り組む理由なのです。

一世紀近くに渡り、アウトドアブランドはバージンプラスチックの材料に依存してきました。化石燃料に由来するこれらのテキスタイルは、伸縮性があり、汗を発散させ、速乾性があり、そして信じられないほど耐久性がありますが、そのような依存は問題があることが証明されました。リサイクル ポリエステルを含む代替ソリューションの探索とその影響の調査、そしてマイクロファイバーのミティゲーションは、このパズルの一部です。綿などの天然繊維を扱う場合、土壌管理や農業慣行を通じて生物多様性を促進するパートナーに投資することを目指しています。


→CO2削減戦略の目標とロードマップに関する情報については、[Climate strategy](#)へ



1- リサイクルポリエステル

フットプリントを削減するための解決策の一部は、ポリエステルなどのバージンプラスチック離れです。見積もりに基づくと、リサイクルポリエステル（PET）には45%以下の化石燃料と26%以下のCO2排出量が必要となります。印象的ではありませんが、PETサプライチェーンは、不純物の量が増えるということで透明性が低く、最終的に製品の品質が低下する可能性があります。これは、私たちのすべての製品に固有の課題と障壁をもたらしますが、安全装置に使用されている材料を再検討する場合は特別なものがあります。私たちは2010年に最初にPETを製品に取り入れ始めました。2021年のコレクションでは、アパレルの33%、スリーピングバッグの23%、および27%のバックパック、バッグ、およびハーネスが少なくとも50%のPETで作られました。2025年までにすべてのポリエステル製品に95%PETを使用し、より復元力のある循環サプライチェーンを構築することを目指しています。

繊維の少なくとも半分がリサイクルされていて、少なくとも75%のポリエステルである材料のパーセンテージ

	 Apparel	 Sleeping bags	 Packs, bags & harnesses
Summer 2021	33 %	23 %	27 %
Summer 2025	95 %	95 %	95%

Attribution statement:化石燃料とCO2に関する推定値は、Higg MSI 3.3を使用して計算されました。これらはMammut Sports Group AGによって計算されたものであり、第三者による検証は行われていません。



2- マイクロファイバー

当社の高性能衣服および商品は主に合成材料で構成されているため、マイクロファイバー排出の影響を考慮する必要があります。リサイクルされたポリエステルを使用しても、マイクロファイバーと呼ばれる小さなプラスチックの破片が衣服から外れて水路に入る可能性があります。その非常に小さなサイズのものは、収集の課題と耐久性の問題を生み出し、そのオリジナルのデザインと意図は、信じられないほど永続的な問題にさせます。

この問題に対処するために、2017年からMicrofibre Consortium (TMC)に署名しています。このグループの目的は、テキスタイルデザインや水ろ過システムの改善などのソリューションを通じて、マイクロファイバー排出の存在と影響を軽減することです。コンソーシアムは、最新の学術研究と商業用繊維サプライチェーンの生産物のギャップを埋めます。



2021年に、Microfibre Roadmap と Microfibre 2030 Commitmentが立ち上げられました。彼らの意図は、すべての署名者が2030年までにマイクロファイバーに新しい制限を採用して実施することです。

年会費を払ったり最先端のテクノロジーが市場に出た後に実施する取り組みに加えて、私たちは業界の交流に参加したり、TMCのテストプロトコルを適用してテスト結果を研究部門と共有をしています。



3-オーガニックコットン



従来の綿花栽培は、大量の水とエネルギーを必要とします。オーガニックコットンは、合成肥料、農薬、除草剤、または遺伝子組み換え生物（GMO）の種子を使用せずに栽培され、優れた土壌管理慣行を促進し、生物多様性を育成します。

綿は当社の主要なテキスタイルの1つではありませんが、私たちは2009年にオーガニックコットンの使用を開始し、2025年までに100%オーガニックコットンを使用することを目標としています。この移行の主な課題は、可用性と供給不足です。

2013年以来、スイスを拠点とするオーガニックコットンのサプライヤーであるbioRe®と緊密に協力してきました。

bioRe®は独自の種子栽培を管理し、購入保証を付与し、小規模農家に業界保険料を支払っています。コラボレーションの開始以来、すべてのbioRe®オーガニックコットンTシャツは、QRコードを介して公正な労働条件下で栽培された小規模農家まで、全て追跡できます。排出量を管理するために、bioRe®はバリューチェーンに直接投資して、生産環境をニュートラルにします。

2021年にアパレルコレクションの綿の55%がオーガニックになりました。

4- バイオダイバーシティ

生物多様性は私たちの地球上の生命のバックボーンです。気候危機と搾取的かつ退化的なビジネスと農業の慣行による脅威の高まりの下で、私たちの生態系はより一層、保護を必要としています。

2006年以来、私たちはEuropean Outdoor Conservation Association（EOCA）のメンバーであり、年会費として資金を寄付しています。EOCAは、野生生物保護、生態系保全、汚染修復のプロジェクトを支援しています。合わせて、アウトドア業界は世界中の121の異なるプロジェクトを支援し、300万ユーロ以上を寄付しています。

それにもかかわらず、生物多様性の喪失に対する活動は、適切な材料を選ぶことや保全活動に資金を提供することよりも、さらに進んでいると私たちは認識しています。私たちは、生物多様性への影響を評価する方法と、組織としてより具体的な対策を開発する方法に継続的に取り組んでいます。



エシカル労働環境



衣料品やハードグッズ産業における安全ではない労働条件と貧困賃金は、社会的不公正の根本原因となり、主に工場働く女性に影響を与えます。職場の状況を体系的に改善するために、私たちのサプライチェーンは、サプライヤーとの強力な関係や厳格な人権デューデリジェンスアプローチ、および独立した監査組織とのパートナーシップに依存しています。

2021年、当社の生産の約85%はアジア、主に中国とベトナムで行われ、15%はヨーロッパで行われました。私たちのアプローチは、サプライヤーとの長期契約に取り組み、他のアウトドアブランドも製造しているパートナーを優先することです。これにより、業界の高い社会的および人権基準に達成し維持することができます。2008年にFair Wearに参加した最初のアウトドアブランドとして、私たちは人道的な労働条件下で製造された衣服とバックパック、ハーネス、スリーピングバッグなどのテキスタイルハードウェアのみを販売することを約束します。

当社の金属および電子ハードグッズは、その範囲が縫製製品に限定されているため、Fair Wearの監査を受けていません。しかしながら、耐久消費財と同じ原則をFair Wearに適用するために、2019年にEuropean Outdoor Group Audit Alliance for Hard Goods (EOG AAHG) が設立されました。私たちはグループの創設メンバーであり、98%の金属サプライヤーを評価によって監督しています。欧州の金属および電子機器のサプライヤーも、ISO9001などの高品質の管理システム規格に準拠しています。

1 – Fair Wear Foundation



Fair Wear Foundationは、衣料品およびソフトグッズ業界の労働条件の改善に取り組む非営利団体です。独立した検証機関として、Fair Wearは、メンバー企業の生産慣行と縫製業のtier 1サプライヤーを監査し、ブランド、工場、労働者間の交流を奨励しています。

Fair Wearはまた、工場労働者と管理者向けのトレーニングを提供し、何十年にもわたって業界に内在していたパワーバランスの不均衡をシフトさせます。一部の国では、採用やハラスメントに関する年齢確認などの追加トレーニングモジュールがカバーされています。

私たちの組織とサプライヤーは、Fair Wear's Code of Labor Practices (CoLP) に準拠しなければなりません。労働者にとって、これは次のことを意味します：雇用の自由選択、結社の自由と団体交渉の権利、雇用における差別や児童労働の無搾取、生活賃金、妥当な労働時間、安全で健康的な労働条件、そして安全な法的雇用関係。

Brand Performance Checkは毎年実施され、当社の手順、活動、および報告を監査し、結果は当社およびFair WearのWebサイトの両方で公開されます。

Fair Wear Foundationsの基準に則って、参加するにあたり、組織は少なくとも90%のサプライチェーンがモニターされることになっています。2021年には私たちは96%をモニターしました。結果は、リーダー、良好、または改善の必要性あり、として分類されます。

2021年、COVID-19に関する課題の影響により、私たちのランクはLeaderからGood dueへ落ちてしまいました。これを修正するために、私たちは購入チーム内で社会的コンプライアンスの責任をより広く拡大し、委任しています。





フェアウェアの労働慣行規範の8つの要素

1



雇用の自由選択

2



結社の自由と団体交渉の権利

3



雇用における無差別

4



児童労働の無搾取

5



生活賃金の支払い

6



妥当な労働時間

7



安全で健康的な労働条件

8



法的雇用関係



2 - 労働者の人権

従業員およびサプライヤーの倫理基準を最高に維持するために、Fair WearのHuman Rights Due Diligence Policyに従っています。

Fair Wearのブランドパフォーマンスチェックに加えて、私たちのチームは倫理的な生産を確認するために工場訪問を行います。これらの監査は、当社の縫製製品の2%以上を占めるサプライヤーに基づいて優先順位が付けられています。

テキスタイルおよびソフトグッズの製造に携わるすべての衣料品メーカーは、Fair Wearの労働慣行規範の施行に取り組んでいます。労働者に情報を提供しサポートするために、ローカルまたは直接Fair Wearへ苦情を申し立てる方法を説明する現地の言語のポスターを、サプライヤーに提供します。これらのポスターは、工場内にはっきりと表示されなければなりません。サプライヤーの定期訪問中に、購入および品質のスタッフがそれを確認します。

違反があった場合、個人は、complaints@fairwear.orgに電子メールを送信することにより、工場管理者または直接Fair Wearに苦情を申し立てることができます。個人がより安全であると感じた場合は、彼らは匿名で苦情を申し立てることができます。苦情を受け取った場合、または監査または訪問中に問題が特定された場合、Corrective Action Plan (CAP) が作成され、問題とそれに対処するために実行される手順の概要が示されることとなります。

12年間で約35,000人が働いている tier1の主要サプライヤーについては、34件の個別の苦情に対応しました。一部は複数のトピックをカバーしたので、合計では62件の問題を処理しました。時間外労働と賃金 (22)、妥当な労働時間 (19)、不当解雇 (7)、安全で健康的な職場 (5)、病欠と保険の問題 (4)、労働組合紛争 (2)、労働者差別 (2)、未成年の労働者 (1) などについて苦情が寄せられました。Fair Wearは、法的規制による中国の苦情を除き、すべての苦情をWebサイトに公開しています。

監査および監視戦略で他のブランドと協力することは、個々の組織だけでなく、業界の人権を改善するためのもう1つの重要なツールです。他のFair Wearブランドとの話し合いに加えて、私たちは台湾の金属工場で監査を手配するEuropean Outdoor Group Audit Alliance for Hard Goods (EOG AAHG) の創設メンバーでもあり、Sustainable Apparel Coalition (SAC) のメンバーでもあります。SACはHiggと呼ばれる監査システムを作成しました。それにはFacility Social & Labor Module (FSLM) とFacility Environmental Module (FEM) が含まれています。More on this can be found under
→ **Operations and Logistics: Higg Index**

→ [2021 social report](#)

Anonymous complaints to Fair Wear:
→ complaints@fairwear.org



3 - 購買慣行

トレーサビリティと透明性は、サプライチェーンのあらゆる部分で重要です。当社はtier1サプライヤーとラベル付けされた、50を超える完成品を持つサプライヤーを持っています。Tier 2サプライヤーは、ファブリックとコンポーネントを提供しています。

購買の決定は購買責任者が行い、最高製品責任者 (CPO) が全責任を負います。

当社は代理店や仲介業者とは協力しておらず、新しいビジネス関係に入る前に、潜在的なサプライヤーを訪問して、その生産方針と工場を評価します。パートナーシップを開始する前に、すべての新しいサプライヤーは契約に署名してもらい、Fair Wareの労働慣行規範と制限物質リストを施行することを約束します。

季節ごとのコレクションが作成された後、社会的および環境的コンプライアンスを含むサプライヤー評価が完全に揃います。

新しいサプライヤーのオンボーディングは、購入、ベンダー管理、開発、品質管理を含む長く慎重なプロセスです。最も一般的に私たちは、製品開発による新しい技術の導入など、商業的な理由で新しいサプライヤーを探します。年間平均4社のサプライヤーを紹介しており、既存のサプライヤーが複数の場所で事業を展開している場合にシフトが発生します。新しいサプライヤーや新しい地域で働くことの社会的リスクを評価するために、私たちのチームはFair Wearと連携し、各国の労働条件と人権侵害のリスクを継続的に評価しています。

私たちは工場と直接協力して、生産スケジュールを計画し、労働者の能力を見直します。平均的な tier1 サプライヤーとの関係は12年続きますが、30年以上続いたものもあります。同様に、主要な tier2 ファブリックおよびトリムメーカーと長期的な関係を持っています。

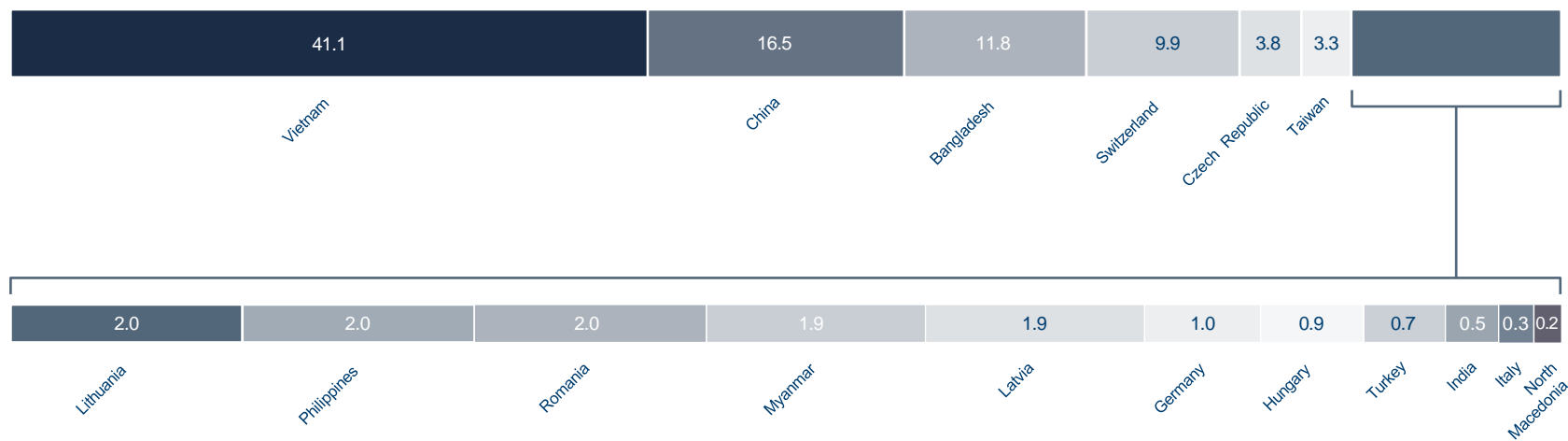
通常、バイヤーは製品の季節性に応じて、年に1~2回各サプライヤーを訪問します。

2021年には、COVID-19の制限によりそれが妨げられたため、ビデオ会議を通じて定期的な連絡が維持されました。対面の電話に加えて、業績と戦略に関する定期的なコミュニケーションがビデオプレゼンテーションとサプライヤーニュースレターを通じて行われました。

ビジネス関係の最後に、私たちは責任ある倫理的な出口を維持するよう努めます。これにより、決定は数か月前に伝達され、労働者を他のパートナーに再配置でき、また未使用の材料を最小限に抑えることができます。



購買スプリット



Values in %

05

循環性とサービス



循環性とサービス

責任ある消費



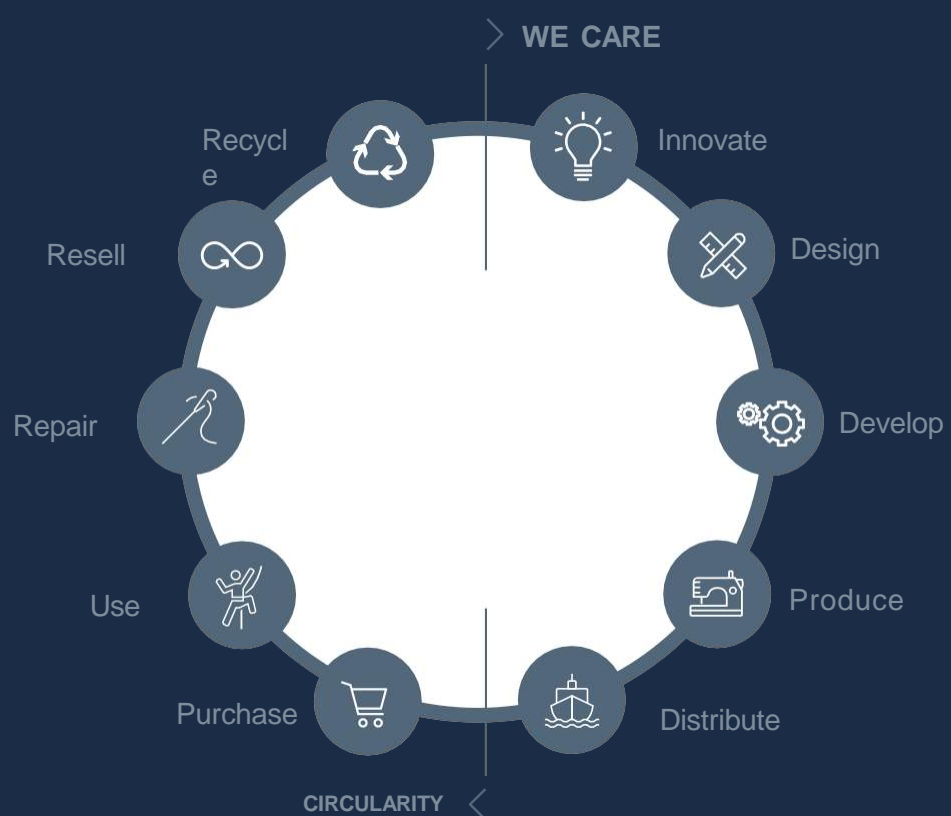
Invest in quality
長持ちするものを買う



Close the Loop
古いロープをリサイクルする



寿命を延ばす
Care | Repair | Resell



責任ある生産



クリーンプロダクション
Safe inputs | Safe products



動物福祉
Down | Leather | Wool



フットプリントの削減
Recycled | Organic



エシカル労働環境
Fair working conditions

品質と耐久性



耐久性、素材の品質、修理のしやすさは、Mammutのデザインプロセスの中核です。これらはMammut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。

社内の開発・試験研究所では、製品のライフサイクル全体を評価し、再現しています。その中で行われる、摩擦テスト、安全性チェック、摩耗テストはより長く使える製品を設計するための重要なファクターです。Mammutでは、全世界で32名の品質管理専門チームが、アパレル、フットウェア、ハードウェアの最適化に取り組み、最高の品質を保証できるよう尽力しています。2021年には3,618件の品質検査を実施し、その結果、デザインの変更、生産プロセスの改善、そして一部のアイテムでは生産終了に至りました。Mammutの製品品質は、現代の消費社会に蔓延している「作る・取る・捨てる」という直線的なシステムを解体するための第一歩なのです。さらに製品寿命を延ばすために、Mammutは修理や再販、循環型のビジネスモデルを目指しています。詳しくは、次ページ以降でご紹介します。

2021

3,618

品質検査

32

品質管理マネージメント担当者

Close the Loop

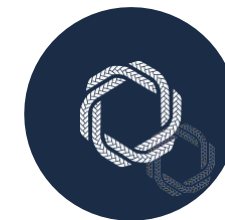
2050年のネットゼロ目標（大気中に排出されるCO2と大気中から除去されるCO2が同量でバランスが取れている状況）の達成には、製品・資源の循環が不可欠です。

ロープはMammut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Mammutでは2020年にスイスでClose the Loop(資源循環)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使用する試みです。ECONYL®を製造するイタリアのメーカー、Aquafil社は、弊社の素材パートナーです。

リサイクル素材は、工場の廃材など、消費者から出る前の廃棄物から作られることが多く、リサイクル可能な資源循環システムを構築するために、Aquafil社は海や埋立地から出るポリアミド廃棄物や、寄付された使用済みクライミングロープを利用しています。その製造工程では、未使用のポリアミド繊維と比較して、CO2排出量を約50%、エネルギー消費量を約50%削減することが可能です。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。Mammut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、ドイツ持続可能性プロジェクト賞の荣誉に輝きました。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。

67% ____ CO₂ saved compared to a regular T-shirt
50 ____ rope collection points in Switzerland
100% ____ recycled material



1 – Collect old ropes



2 – Recycle the material



3 – Produce a new T-shirt



プロダクトケア



アウトドア用品のお手入れは、単に見た目の美しさを保つためのものだけではありません。その目的は、耐久性を高め、機能を保つことにあります。

汗やヨゴレ、日焼け止めは、生地やロープに悪影響を及ぼすことがあるため、適切な洗い方や保管方法を知っておくことが大切です。定期的なお手入れにより、性能と安全性を保ち、寿命を延ばすことで、環境への影響を軽減することができます。

Mammutのウェブサイトでは、ハードシェルジャケットやダウンジャケット、シューズ、ロープなどの人気商品の詳しいお手入れ方法を動画で紹介しております。2017年には、ドイツの品質管理チームが洗濯・防水サービスを導入し、1,551人のユーザーをサポートしました。そして2,018点の製品の寿命を伸ばしましたが、そのうちの半数以上がハードシェルジャケットでした。2021年には、251人のユーザーがこのサービスを利用しています。



また、アイテムが破損した場合、EUとスイスのお客様については社内のスタジオに送って修理を依頼して頂きます。このプログラムについては、次のページで詳しくご紹介しています。

→ [Product care resources](#)

修理



環境負荷低減の最も簡単な方法は、アウトドア製品を末永く使うことです。

MammutではMammut製品の耐久性を保証しておりますが、時として激しい使用や素材の不具合、事故などによるダメージが発生する可能性があります。そこで製品の早期廃棄を避けるために、スイスのセオン本社とドイツのウォルフアートシュヴェンデンの物流センターにある2つの修理スタジオで、14人以上のスタッフが修理を行っています。

最も一般的な修理はジッパーの交換ですが、縫製担当者は、特殊な機器や工具を使って、より複雑な修理も行っています。ユーザーの方はよく修理の幅の広さに驚かれます。

スイス、ドイツ、オーストリアでは、修理が必要な製品をお持ちの方は、選択済みの製品をお近くの小売店、または当社の店舗にお持ちいただくだけで査定を受けることができます。オンラインストアで購入された場合は、写真と説明文を添えて、カスタマーサービスに直接ご連絡ください。現在はスイスおよびEU圏内でのみ自社修理が可能ですが、海外にお住まいのお客様は、お近くの小売店に商品をお持ちいただければ、サードパーティーによる修理が可能な場合があります。

2021年には、ヨーロッパで14,000点以上の製品を修理し、北米では175点、日本では800点のサードパーティーによる修理が行われました。これを新品購入の環境負荷を比較すると、年間で約37万5千kgのCO2と300万リットルの水を節約したことになります。

→ [Contact Mammut Warranty & Repair](#)

再販



従来よりも更に進んだ循環型のビジネスモデルを採用する取り組みの一環として、Mammutでは2021年にThe Renewal Workshopとパートナーシップを組み、再販プロジェクトを試験的に実施しました。

ドイツとオーストリアにて3ヶ月間にわたり、日常的に着用され、愛用されている商品の収集と分析が行われました。古着需要の把握、着用済み商品の品質分析、再販コミュニケーションについて学び、将来のパートナーシップを模索することが目的でした。引き取りプログラムでは、30%オフのクーポンと引き換えに400点以上の商品を受け取りました。

その過程で、再販プラットフォーム立ち上げの面白さと同時に、乗り越えなければならないハードルを経験しました。例えば、届いた衣服の品質に問題があったり、前オーナーが剥がしたケアラベルがない場合など、商品として扱うか、素材として扱うかが難しいこと、また、再販商品と新商品を分けて管理しなければならない、という物流の問題もあります。

現在、このプログラムの実現可能性と、将来的に規模を拡大できるかどうか検討しているところです。

06

オペレーションと
ロジスティクス





オペレーションとロジスティクス

マムートは、オペレーションとサプライチェーン・マネジメントを迅速に改善することができます。これは、物流からパッケージング、脱炭素化、企業や小売のエネルギー消費に至るまで、あらゆるものを対象としています。

素材同様に、自治体や政府、物流パートナー、サプライヤーと協力し、影響を軽減するための効率性を見極め、改善することが重要な役割を担っています。

社内のリスク評価とベンチマーキングの一環として、私たちはサステナブル・アパレル・コーリション（SAC）が定義する「ヒッグ指数」を用いて、環境と社会への影響を測定しています。これは内部評価と第三者検証の役割だけではなく、原材料の調達から、販売、サービスに至るまで、全体における進捗状況をフィードバックする役割も担っています。SACは、消費財業界を対象としたグローバルでマルチステークホルダー型の非営利アライアンスです。SACは、250以上のアパレル、フットウェア、テキスタイルブランド、小売業者、サプライヤー、サービスプロバイダー、業界団体、非営利団体、NGO、学術機関から構成され、製造、販売プロセス全体を通じて環境負荷の削減と社会正義の推進に取り組んでいます。

当社の影響度測定の詳細については、「オペレーションとロジスティクス」をご覧ください。

Operations & Logistics: Higg Index.

自社事業オペレーション



電力消費

スイスの本社オフィスでは、再生可能エネルギーである水力発電による電力のみで運営されています。2021年からは、ドイツの店舗と倉庫も再生可能エネルギーによる電力のみで運営しています。

ドイツでは100%再生可能電力、スイスでは本社ドイツとスイス本社にて100%再生可能な電力を使用しています。

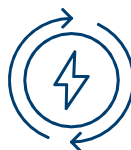
エネルギー効率化計画

Mammut本社は、2015年からCO2やエネルギー効率の年間目標とその達成のための仕組みをまとめた「スイス民間セクターエネルギー機関プログラム」に参加しています。参加以来、電球や古い暖房ポンプの交換、パイプの断熱材の追加設置などにより、218,266kWhを節約しています。

出勤／出張

COVID-19の流行が始まって以来、私たちは出張を極力減らし、できる限り飛行機を利用しないようにしています。従業員の公共交通機関の利用を促進するため、自治体と連携して通勤のハードルを下げています。また、電気自動車を使用する従業員のために、敷地内に充電ステーションを設置しています。

ドイツとスイス本社にて100%再生可能な電力を使用しています。



スイス民間セクターエネルギー機関プログラムに自主的に参加しています。



通勤する従業員のため、充電ステーションを設置



貨物輸送



環境負荷のうち、物流は大きな割合を占めています。アジアやヨーロッパからの貨物のほとんどは海上輸送とトラック輸送ですが、当社では航空輸送を利用している為、この輸送による排出量が全体の排出量に占める割合は大きくなっています。しかしながら、生産計画の改善と物流パートナーとのコミュニケーションを図ることで、可能な限り納期を守るために行われる緊急の航空輸送の回避に努めています。

また、新しいサプライヤー戦略の一環として、生産の多くをヨーロッパに移管し、ヨーロッパへの航空輸送を最小限に抑える計画があります。詳しくは、「オペレーションとロジスティクス：サプライヤーストラテジー」をご覧ください。2021年、グローバルな課題は私たちの物流に大きな影響を与えました。COVID-19により、ベトナムと中国の工場は、ロックダウンの為に閉鎖を余儀なくされました。そしてスエズ運河の封鎖に加え、他の国際港湾も閉鎖され、アジアとアメリカの両方で大きな貨物市場の滞留が発生しました。この結果、輸送の遅延が拡大し、輸送コストが高騰。

このような物流上の問題から、2021年には、製品を時間通りに届けるための唯一の方法として、航空輸送を多用することとなりました。しかしこの結果、空輸した商品はわずか5%であったにもかかわらず、輸送総排出量の45%近くを占めてしまいました。また、海上輸送による排出量は35%ですが、これは製品輸送の90%をカバーしており、1個あたりの排出量は大幅に少なくなっています。2021年の物流の混乱を通じて、わたしたちは多くのことを学びました。

柔軟な対応とデイトレーディングが不可欠だったのです。コンテナごと出荷するのではなく、個々のパレットを共有コンテナで送ることで、出荷を待たずに準備が整った製品で対応できるようになりました。また、宅配便やトラック輸送のパートナーと協力し、お客様の荷物がCO2ニュートラルかの確認も継続して行いました。

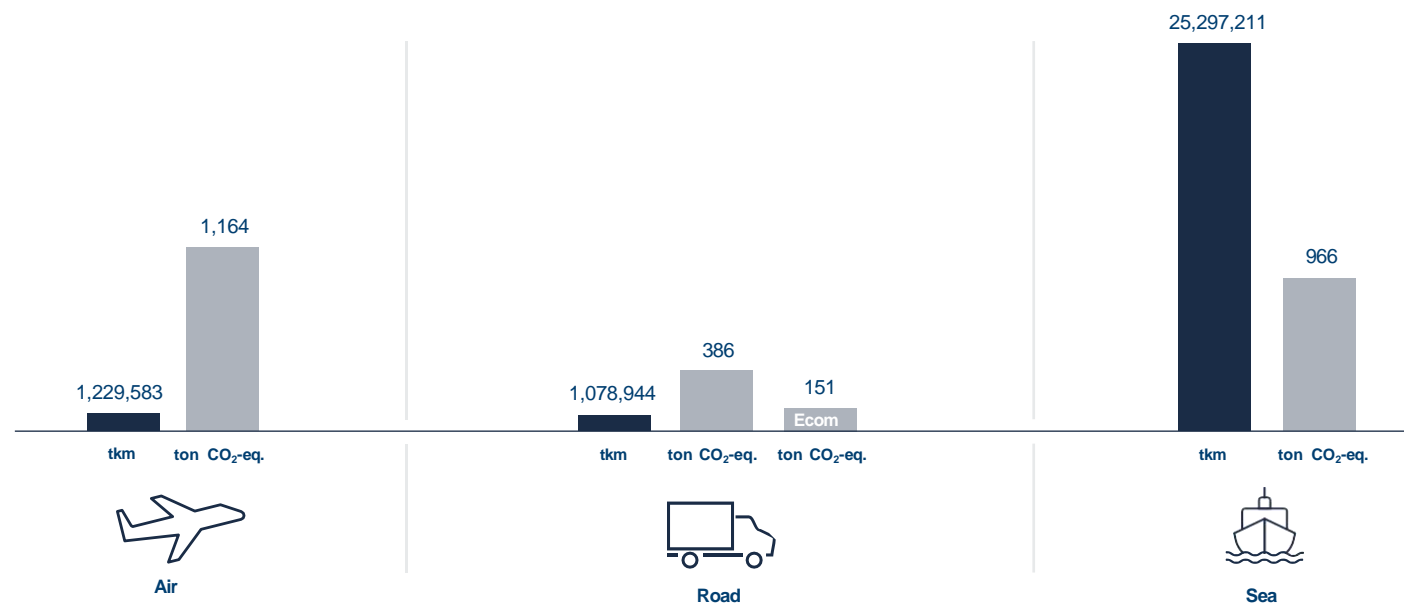


物流と輸送CO2排出量

2,669 metric tons CO₂-eq.

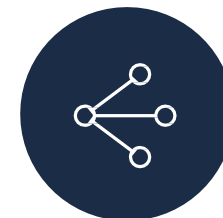
Tkm=トンキロメートルは、トン単位の重量に走行キロ数を掛けたものです

ton CO₂-eq.=二酸化炭素換算トン、CO₂排出の影響を測定するものです。



Footnote: The transportation mode in ton-kilometers for Ecom cannot be separated from road transportation.

パッケージング



包装の環境への影響とその役割については、しばしば誤解されることがあります。ビニール袋や段ボール箱は、生産工場から港、物流センター、店舗までの輸送中に汚れや湿気、ダメージから商品を保護するためのものです。もちろん包装材の使用も環境への影響はありますが、消費者が最初に使用する前の輸送中に取り返しのつかないダメージを受ける方が、フットプリントは大きくなります。

2021年には、包装材の環境負荷を低減するため、European Outdoor GroupのSingle Use Plastic Projectに参加し、包装材の再設計に投資しています。

パッケージの再設計

Mammutで使用する段ボールは、100%リサイクルされた材料から作られ、完全にリサイクル可能なものになりました。不要なコーティングや問題のある仕上げはすべて取り除きました。また、過剰生産と廃棄を減らすために、よりユニバーサルなパッケージとラベルを使用しています。さらに、個々のパッケージのサイズを小さくしたり、可能な限りプラスチックやプラスチックフィルムを完全に取り除いたりすることにも力を注ぎました。

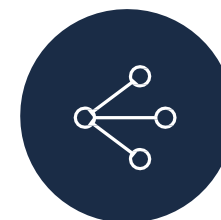
European Outdoor Group's Single Use Plastic Project

EOGを通じて、私たちは30以上のブランドや小売業者と協力し、使い捨てのプラスチック包装に責任を持つよう取り組んでいます。もしこれをお客様だけに頼った場合、最高の結果を得たとしてもリサイクルされる袋はほんのわずかです。Single Use Plastic Projectのビジョンは、カスタマーに廃棄物の責任を負わせることなく、業界の同業者とともにこれらのプラスチックの廃棄を管理することです。

このソリューションをテストするための最初のステップは、使い捨てバッグにシーラントと印刷物の使用を停止することでした。インクや接着剤の残留物がなければ、プラスチックのリサイクルがより効率的です。業界として、事前に選別された均質なプラスチックの流れを作り出し、ヨーロッパ中の特定の信頼できるリサイクル業者に配布することができます。埋め立て地や焼却炉に捨てられる代わりに、この材料は新製品や将来の袋に使用することができます。



サプライヤー戦略



2021年、私たちは新しいサプライヤーストラテジーを定義し、協力関係を改善し、納期を守り、サプライヤー間の地理的バランスを高め、2050年までにネットゼロを達成することを目標に掲げました。適応性、責任感、収益性を優先し、2026年に向けて以下の目標を掲げています。

- ・アジアとヨーロッパのサプライヤーの比率を60対40にする。
- ・毎年、業績、売上高、製品の複雑性を評価し、信頼できるパートナー・プログラムを確立する。
- ・53社あったTier1サプライヤーを30社に集約する（Trusted Partner Programのサプライヤー15社、スタンダードサプライヤー15社で構成）
- ・ヨーロッパとアジアで同様の製品を扱うタンデムサプライヤーを定義し、サプライチェーンの潜在的な混乱に備える。
- ・企業責任に関する目標に対してのサプライヤーのコミットメントを確保する
- ・特定の品目の生産をシフトすることにより、収益性と持続可能性を向上させる
- ・当社の供給モデル、サービスを多様化し、供給モデル、サービス、購入方法の多様化

Trusted Partner Program は、以下の7つの原則に従っています。

1. 短期的な計画ではなく、製品ロードマップを作成します。
2. うわべだけでなく、環境への責任を果たします。
3. コストを最小限にすることよりも、消費者や価値を重視します。
4. 個人主義よりリスクの共有を重視します。
5. アナログプロセスからデジタル化・自動化へ
6. 管理よりも、信頼と透明性を重視します。
7. 完璧さより反復性を重視します。

私たちの中核となるサプライヤーは、すでにこれらの原則と重要業績評価指標を遵守しています。

サプライヤー エンゲージメント



サプライチェーンにインパクトのある変化をもたらすには、相当なレバレッジが必要です。そのため、コラボレーションが不可欠の要素となります。他のブランドとの事前競争的な取り組みや、サプライヤーと協力的で相互的なパートナーシップを構築することが、私たちの今後の戦略のカギを握っています。

UltimateUS Project

10年以上にわたって、同じような価値観を持つサプライヤーであるSpectre A/Sと緊密に連携してきました。私たちの試験的な取り組みであるUltimateUSは、ブランドと工場がより対等な関係を築けるような未来を想像しています。このプロジェクトでは、4つの分野に焦点を当てています。

製品ロードマップ - 相互に整合性のある複数年の成長計画と配分を設定する。サプライチェーンの効率化 - 新しいサプライチェーンモデルの確立、専用生産ラインとの連携、複数国での計画立案により、長期・短期の要望やサプライチェーン上の不測の事態に対応する。

環境の持続可能性 - Spectre A/S が製造する製品のCO2フットプリントを特定し、最も環境に配慮したベトナムの縫製工場を紹介し、業界内での信頼性と到達度を向上させました。

デジタル化 - 新しいデジタルシステムとツールを試用してベストプラクティスを確立し、不必要な管理を減らして、具体的な問題に集中する時間を確保する。

サプライチェーン脱炭素化プロジェクト

欧州アウトドアグループ主催のサプライチェーン脱炭素化プロジェクト（SCDP）は、抜本的なコラボレーションと透明性を通して、CO2の排出削減に努めています。

当社は、他の9つの主要ブランドとともに、2021年のSCDP発足時に参加したことを誇りとしています。

多くのアウトドア企業同様、私たちのバリューチェーンにおける主な気候変動への影響は、繊維のウェット加工が原因となっています。すべての参加団体のトップティア1およびティア2サプライヤーネットワークのマッピング作業により、使用する施設に重複があることが確認されました。2022年に開始されるプロジェクトの第2ステージでは、外部パートナーによる施設監査を実施し、排出のホットスポットを特定する予定です。同じく2022年に実施される最終ステージでは、参加ブランドが共同で施設改善を支援し、資金を提供します。

SCDPIは、共通のサプライヤーと協力し、透明性のある知識交換を行うことで、企業が脱炭素化に向けて行動を起こせることを証明しました。Mammutはこのプロジェクトが他の企業のインスピレーションになることを望んでいます。

Higgインデックス

Higgインデックスは、サステナブル・アパレル・コーリション（SAC）のミッションの中心となるツールボックスで、水の使用量、二酸化炭素排出量、労働条件などにおける組織の影響を標準的に測定するための仕組みを提供するものです。SACのメンバー、コンサルタント、業界の専門家の支援と研究により、Higg Indexに含まれる項目は過去10年間で大きく進化してきました。ツールボックスには、Higg施設環境モジュール（FEM）、Higg施設社会・労働モジュール（FSLM）、Higgブランド・小売モジュール（BRM）、Higg材料持続性指標（MSI）、およびHigg製品モジュール（PM）が含まれています。これらの5つのツールは、組織のバリューチェーンにおける製品の環境および社会的影響とパフォーマンスを評価することを目的としています。

Higg Brand and Retail Module (Higg BRM)

マムートでは、ヒッグ・ブランド&リテール・モジュール（BRM）を採用しています。BRMは、素材の選択から製品のライフサイクルまでを分析する広範な指標です。この評価では、SACの基準が守られていることを確認するための独立した検証も行われ、新しい視点と改善すべき点の概略が示されます。

Foundational+

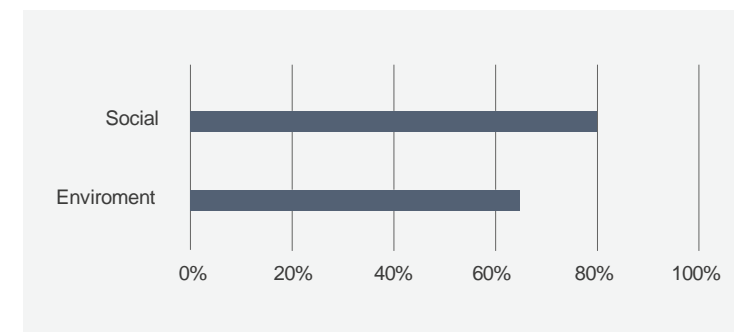


サステナブル・アパレル・コーリションの会員資格である「Foundational+」レベルを達成しました。



2021年には、「社会貢献」で79.6%、「環境」で63.7%という高い総合スコアを達成しました。2018年の加盟以来、サステナブル・アパレル・コーリションの「Foundational+」の加盟要件も達成しました。結果は別表でご覧いただけます。

Verified BRM 2020 Scores



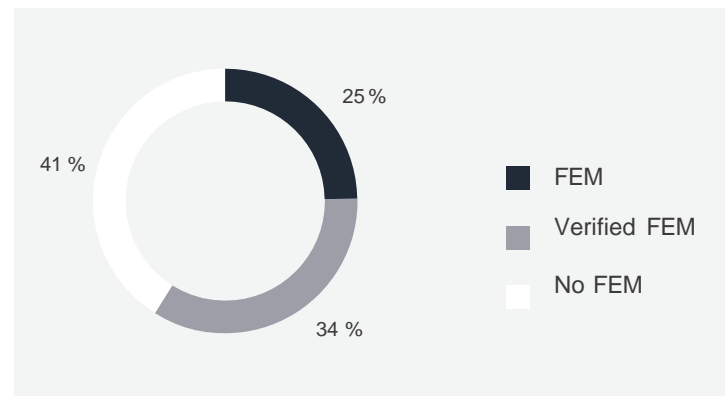


HIGG施設環境モジュール（HIGG FEM）とHIGG施設社会・労働モジュール（HIGG FSLM）

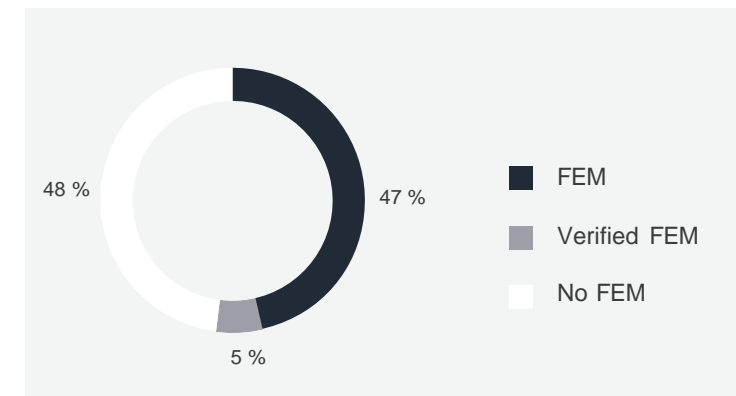
制限物質リスト（RSL）の遵守に加え、当社のティア1およびティア2のサプライヤーの約50%がヒッグ施設環境モジュール（FEM）を実施しており、当社はすべてのサプライヤーにこれを強く推奨しています。Higg FEMにより、メーカー、ブランド、小売業者が環境への影響を明確に把握し、パフォーマンスの向上を特定し、優先順位をつけることができます。

私たちMammutは、すべてのパートナーがHigg Facility Social Labour Module（FSLM）を実施し、その結果を独立した機関で検証することを強く推奨しています（すでにフェアウェア監査に参加している場合も同様です。）FSLMでは、製造業の社会的影響のアセスメントを行い、賃金、労働時間、安全衛生、従業員の待遇などの調査しています。収集したデータをもとに、私たちのカーボンフットプリントを測定し、サプライチェーンにおける脱炭素化や労働条件の改善をより効果的に推進しています。

Product manufacturers



Fabric suppliers



上記のデータはすべてを表すものではありません。最新のFEM検証期間は2022年12月31日までであり、多くのサプライヤーはまだ外部検証を完了していません。また、特定の製品（例：ヘルメット）については、一部のハードグッズメーカーでFEM検証を受けることができません。

07

參考資料













マテリアリティ評価

グラフデータ、パートナー、ポリシー、国連の持続可能な開発目標への貢献は、「インパクトと戦略」で説明したマテリアリティ・マトリクスに示されています。マテリアリティ・マトリクス戦略については、「インパクト&戦略」の項目で説明しています。

→ Strategy for the materiality matrix is explained in **Impact & strategy**

Topic	Mammutの プライオリ ティ	ステークホル ダーにおける重 要性	アクションとポリシー	アクションと指針 持続可能な開発 目標への貢献度
動物愛護	5	7	Four Paws Five Freedoms, 毛皮不使用のリテーラー, RDS, RWS, terracare® leather, レザーワーキンググループ	 
生物多様性	5	5	Organic cotton, EOCA member, RDS, RWS	 
循環型社会形	9	7	Close the Loop, repair studios, resell pilot	
気候	9	8	Net zero strategy, annual company carbon footprint, SBTi, UNFCCC, CDP	
業界コラボレ ーション	8	4	EOCA, EOG, SAC, UNFCCC	
地域社会との 関わり	7	5	ClimbAID, POW, Climb United, The Lady Alliance, Access Fund	 
ジェンダー平等、ダイ バーシティ&インクル ージョン	5	8	ジェンダー・ダイバーシティ&インクルージョン・説明責任目標、経営全 般における人事、人材育成プログラム	 
Energy use	7	4	スイスとドイツの事業所での再生可能電力、スイスとドイツの事業所 での電気自動車充電ステーション、EOGサプライチェーン脱炭素化プロ ジェクト、サプライヤー評価のための気候変動ターゲット	

Topic	Mammutの プライオリ ティ	ステークホル ダーにおける重 要性	アクションとポリシー	アクションと指針 持続可能な開発 目標への貢献度
サプライチェーン における人権遵 守	8	6	Fair Wear Foundation HIGG FSLMサプライヤー戦略	 
社員育成	6	4	人材育成プログラム	
物流・梱包	6	8	パッケージのリデザイン、EOG Single Use Plastic Project、航空貨物の削減	
製品の品質と耐久 性	9	8	品質管理、製品取扱説明書、リペアスタジオ	
化学物質の取り扱い	7	5	化学物質管理・テスト bluesign® SYSTEM PARTNER、PFC段階 的削減戦略	
原材料	8	6	WE CAREターゲット、リサイクルポリエステル、リサイクルポリアミド、 オーガニックコットン、溶液染色、RDS、RWS、 terracare® leather、レザーワーキンググループ	
透明性	8	6	レスポンスビリティレポート、ターゲットレポート、ソーシャルレポート、ブラ ンドパフォーマンスチェックレポート、CDP、 ファッション透明性指数、SAC Higg Index	
廃棄物	4	4	Close The Loop（資源循環）、リセール試験運用、リペアスタジオ、マイクロ ファイバーコンソーシアム	
水の利用	4	4	bluesign®、オーガニックコットン、溶液染色	

補足情報

About this report > 免責事項

本レスポンスビリティレポートは、私たちの知る限りにおいて、可能な限り透明性の高い方法で自主的に発行されたものです。本レポートに記載されているすべての数値および計算は、発行日現在で入手可能な最善の方法およびデータに基づいています。この責任報告書には、マムート・スポーツグループに影響を与える将来の発展に関する私たちの見解と期待に基づく未来志向の記述も含まれており、それゆえいくつかのリスクと不確実性を含んでいます。これらの記述は、マムート・スポーツグループに影響を与える予想される発展やその他の要因に関する現在の期待や仮定に基づいており、将来予想に関する記述で明示または暗示されているものとは大きく異なる可能性があります。これらの記述は歴史的事実ではなく、また将来の業績や結果を保証するものでもないことにご注意ください。マムート・スポーツグループは、法律で定められている場合を除き、新しい情報、将来の出来事、その他により、将来予想に関する記述を公に更新または修正する義務を負うものではありません。

About Mammut > Team

ジェンダー・ダイバーシティ&インクルージョンに関する説明責任目標

リプレゼンテーション	女性の代表性が確保されているか？	パフォーマンス、スキル、モチベーションに関して、女性が男性と同じレベルで発揮されるようにしているか？
プロジェクトチームの編成	ターゲット > 女性比率30%以上	役割と責任を均等に分担
会議/プレゼンテーションの参加者/聴衆	ターゲット > 女性比率30%以上	役割と責任を均等に分担
講演者	ターゲット > 女性比率30%以上	役割、コンテンツ、貢献度の割合は男女共に等しくなっています。
アスリート	ターゲット > 女性比率30%以上	各活動に男女を問わず参加
モデル	ターゲット > モデルの50%を女性	各活動に男女を問わず参加
ビジュアル表現	ターゲット > 50%のコンテンツで女性を表示/言及	各活動に男女を問わず参加
製品プレゼンテーション	ターゲット > 50%のコンテンツで女性向け製品を紹介	各活動に男女を問わず参加
製品開発	ターゲット > 女性優先/女性用向け製品への時間配分比率を50%	製品のニーズや要望は、性別に関係なく平等に考慮されています。
研修・開発プログラムの参加者・推薦者	研修・開発プログラムの参加者/推薦者 ターゲット > 女性比率50%以上 (将来的に指導的地位における女性比率を確実に向上させるため)	資格取得、リソース、サポート等については、性別に関係なく同じようにアクセスできます。

レスポンスビリティ >
会員組織とパートナーシップ

ランキング

ファッション・レポリューションによるファッション・トランスペアレンシー・インデックス

Good On You:
Ranking 2021 "It's a start"

スタンド・アース フォッシル-フリー・ファッション・スコアカード: マムートの気候変動戦略は、B-のスコアで評価されたすべてのブランドの中で最も高くランクされています。

レスポンスビリティ >
地域社会への貢献

寄付

ClimbAID: 50,000 CHF (annual contribution)
Protect Our Winters CH/US/JP: 45,000 CHF (annual contribution)
Climb United: 10,000 USD
The Lady Alliance: 9,300 USD
Access Fund-Climbing stewards: In-kind donation

気候変動対策>カーボンフットプリント

マムートでは、気候変動に対する改善策をカーボンディスクロージャープログラム(CDP)を通じて報告しています。
Result in 2021: C+ Target for 2023: B

製品と素材 > WE CARE

WE CARE 本レポートのWE CARE Key Performance indicatorは、2021年夏コレクションを対象としています。

製品と素材 > Ethical Production

フェアウェア・ファウンデーション ブランドパフォーマンスチェック 2021
(2020年を対象)
ベンチマークスコア: 59
パフォーマンスベンチマーキングカテゴリー: GOOD

循環性とサービス > Repair

インターナショナルプロダクトの修理とメンテナンスの総作業量: 15'298

Switzerland: 5'884 (in-house repair studio) Germany,
France & United Kingdom: 8'289 (in-house repair studio)
Japan: 800 (third party repairer)
North America & Canada: 175 (third party repairer)
Norway: 150 (third party repairer)

オペレーション&ロジスティクス > Higg Index

Verified BRM 2020 Score

Management System:	Brand:	Stores:	Operations & Logistics:
Environment: 89.5%	Environment: 75.0%	Environment: 33.3%	Environment: 57.1%
Social: 95.8%	Social: 86.5%	Social: 76.9%	Social: 59.2%

用語集

BRM	Higg Brand and Retail Module	MSI	Higg Materials Sustainability Index
BSSL	bluesign® SYSTEM SUBSTANCES LIST	NGO	Nongovernmental organization
CAP	Corrective Action Plan	PFC	Perfluorinated compounds
CDP	Carbon Disclosure Program	PFC-free	Items made without perfluorinated compounds
CoLP	Code of Labour Practices	PM	Higg Product Module
CO₂-eq	CO ₂ equivalent is a unit based on the global warming potential (GWP) of different greenhouse gases.	POW	Protect Our Winters
DWR	Durable water repellent	RDS	Responsible Down Standard
EOCA	European Outdoor Conservation Association	rPET	Recycled polyester
EOG	European Outdoor Group	RSL	Restricted Substances List
EOG AAHG	European Outdoor Group Audit Alliance for Hard Goods	RWS	Responsible Wool Standard
FEM	Higg Facility Environmental Module	SAC	Sustainable Apparel Coalition
FSLM	Higg Facility Social and Labour Module	SBTi	Science Based Target initiative
GHG Protocol	Greenhouse Gas Protocol	SCDP	Supply Chain Decarbonisation Project run by the EOG
GWP	Global Warming Potential	TMC	The Microfibre Consortium
LWG	Leather Working Group	UNFCCC	The United Nations Framework Convention on Climate Change

Behind this report

Project Management: Sara Liz Marty, Tobias Steinegger
Copywriting and Editing: Alex L. Phillips, Matt Hundhammer
Layout and Graphics: Denise Drews, Jörg Richter

Publication: August 2022

Mammut Sports Group AG

Birren 5
5703 Seon
Switzerland

mammut.com