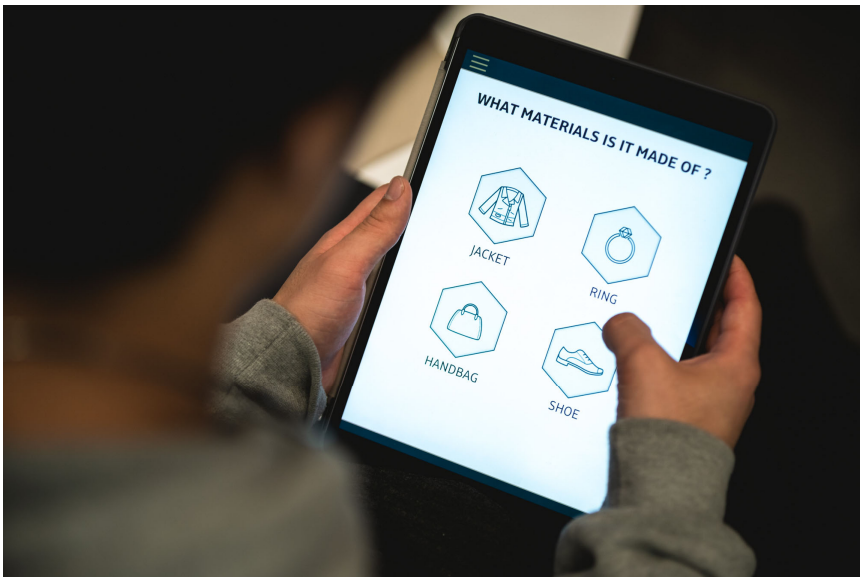
KERING

プレスリリース

06.06.2019

ケリングは、透明性と革新をさらに促進するため、デジタルEP&Lおよびハッカソンをローンチします

国連による世界環境デーを記念し、ケリングは、先駆的な環境損益計算（EP&L）の新しいデジタルプラットフォームを立ち上げました。[デジタル EP&L]は、ケリングの 2018 年 EP&L レポートをインタラクティブに表示し、膨大なデータへアクセスすることができます。このプラットフォームの目的は、ラグジュアリー＆ファッション関係者に、自分たちが環境に与える影響についての情報やその影響を理解する上での手掛かりを提供することです。また、EP&L データを活用する次のステップとして、ケリングは「ハッカソン」（ソフトウェア開発者や専門家が集中的にプログラムやソフトウェアを開発するイベント）を開催し、開発者や技術者、サステナビリティの専門家を招いて新しい世代のアプリやデジタルソリューションを製作し、ファッションと環境への影響を理解する上でのギャップを埋めることに役立てます。



ケリングは当初、グループ内の事業やサプライチェーン全体のビジネス活動における環境への影響ー温室効果ガス排出、水使用量、水や大気の汚染、廃棄物の産出および土地利用変化など ー をすべて測定、貨幣価値への換算、監視するためのソリューションとして 2011 年に EP&L を作成しました。オープンソース化および透明性への継続的な取り組みとして、ケリングは、新しいデジタル EP&L プラットフォームを立ち上げ、インタラクティブな 2018 年 EP&L レポートをリリースしました。このプラットフォームでは、グループ全体の影響から、特定の材料や加工活動、調達ロケーションなどの詳細事項まで、それらをブラウザから閲覧することができます。また、[デジタル EP&L]には、EP&L の集計方法と、それが重要であることを示す収集されたデータセットが含まれています。このダウンロード可能なデータセットには、グループの活動による環境への影響および評価係数を示す環境重要業績評価指標（EKPI）が含まれます。この透明性のレベルのおかげで、ビジネスとそのビジネスが依存している天然資源との関係についての膨大な情報へアクセスすることが許されています。そして、ケリングのステークホルダーは、その影響とサプライチェーンの回復をより深く理解することができ

ます。さらに、データセットには、他のラグジュアリー＆ラグジュアリー関係者が自分たちの EP&L の分析に着手できるほどの十分な詳細情報が含まれています。これによって、彼らが新たにビジネスを理解する上で重要な手掛かりを得たり、メモリフットプリント（メインメモリの合計量）を軽減する道筋が示されるでしょう。

本発表と同じくして、グッチでも同ブランドのポータルサイト「Gucci Equilibrium」にてデジタル EP&L を立ち上げました。グッチは、ケリングのデジタル EP&L を基にオリジナルバージョンを創り、「Gucci Equilibrium」のコミュニティーにてブランドの EP&L を駆使する初のブランドとなります。サステナビリティ活動の進捗や詳細は全てこのポータルサイトにて閲覧可能とすることで、グッチはポジティブな社会、そして環境変化を生み出す力を求めていきます。

[デジタル EP&L]を利用した、48 時間ハッカソンは 10 月にパリで開催する予定です。このイベントは、EP&L データセットを活用する開発者や専門家を集め、ラグジュアリービジネスの影響や透明性を提供する、新世代のアプリやその他のデジタルソリューションを製作します。このハッカソンは、ケリングの My EP&L アプリの成功から着想を得たものです。このアプリは代表的な衣料アイテムによる影響を計算できるため、デザイナーやラグジュアリービジネスを学ぶ学生がデザイン工程のごく初期の段階で持続可能性を考慮することができます。ケリングのエグゼクティブ、グループ内ブランド、外部の専門家で構成される審査委員会は、上位 3 件の施策を選び、勝者には合計 18,000 ユーロの賞金が授与されます。また、優勝した施策は、ケリングによる資金融資のもとで開発され、グループ内で使用されるとともに、ラグジュアリー＆ファッション産業といったより広い範囲に提供することを目標とします。

「裏付けのある EP&L データを提供することは、ケリングが 2015 年に公開した方法を、他の企業が彼らのサプライチェーンの透明性をより高め、環境への影響を明確にすることに役立ちます。」と、ケリングのチーフ・サステナビリティ・オフィサー兼国際機関渉外担当責任者であるマリー＝クレール・ダヴーは述べました。「私たちのハッカソンは、このデータを活用し、新たな技術ソリューションを導入します。このソリューションが、間違いなく EP&L40%削減の目標の実現をサポートし、ラグジュアリー＆ファッションによる環境および生物多様性への影響削減を助けるために、開発されたツールがより広範囲で使用されることを促進するでしょう。」

ケリングについて
ケリングは、ファッション、レザーグッズ、ジュエリー、ウォッチ製品を扱うメゾン、およびケリングアイウエアを擁するグローバル・ラグジュアリー・グループです。傘下のブランドはグッチ、サンローラン、ボッテガ・ヴェネタ、バレンシアガ、アレキサンダー・マックイーン、ブリオーニ、ブシュロン、ポメラート、 ドド、キーリン、ユリス・ナルダン、ジラール・ペルゴ。シグネチャーである、«empowering imagination イマジネーションをその先へ»のとおり、ケリングは想像力を伸ばし、明日のラグジュアリーを創造するこで、ブランドがその可能性を最もサステナブルな方法で実現するよう後押ししています。2018 年には 137 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 35,000 人に上ります。

お問い合わせ先
プレス関連

Emmanuelle Picard-Deyme (France)	+ 33 (0)1 45 64 61 87	emmanuelle.picard-deyme@kering.com
Mich Ahern (International)	+ 44 (0) 7984 684 454	mich.ahern@gmail.com

日本でのお問い合わせ先
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	03 3486 2157	rie.ubukata@kering.com
田村 絵李	03 3486 2249	eri.tamura@kering.com

www.kering.com
Twitter: @KeringGroup
LinkedIn: Kering
Instagram: @kering_official
YouTube: KeringGroup