

# CONDÉ NAST

JAPAN

報道関係各位

2020年5月20日  
コンデナスト・ジャパン

## コンデナストが、グローバル規模のサステナビリティ・アセスメントの結果と、 サステナビリティに関するコミットメントを発表

今世紀後半までに温室効果ガス排出実質ゼロを目指すパリ協定を20年上回り、  
コンデナストは、2030年までにカーボンニュートラルな事業運営を行うことを目指します。  
2021年末には100%国際認証紙に移行し、2025年には使い捨てプラスチック梱包を終了します。

ロンドン/ニューヨーク - 2020年5月20日 - コンデナストは、長期的にグローバルレベルでのサステナビリティに取り組むべく、事業運営に関する自社のサステナビリティ・アセスメントの結果と今後5年の中期的戦略を発表しました。コンデナストは、今後、2030年までに完全にカーボンニュートラルな事業運営を行う会社となることを目指します。これにあたり、まず2021年末までに事業運営における温室効果ガス（GHG）排出量を20%削減し、雑誌の印刷やデジタルサプライチェーンからの排出量を10%削減します。

「私たちコンデナストは、人、ビジネス、そして地球は絡み合っていると信じています。一方を気にし、もう一方を無視することはできません。また、環境ジャーナリズムにおける信頼は、会社としての意欲にかかっていると考えます。二酸化炭素排出量と廃棄物を劇的に削減し、自社業務とサプライチェーンを改善いたします。当社の5年間のサステナビリティ戦略は、すべての大陸のチームが、模範を示し、業界パートナーと協力し、ブランドのグローバルな影響力を利用して集団行動を促すことを示しています」  
コンデナスト・グローバル C00 兼コンデナスト・インターナショナル・プレジデント、ウルフギヤング・ブラウ氏は以上のように述べています。

コンデナストの5か年に渡るサステナビリティ戦略には、自社ビジネスのすべての活動が含まれ、温室効果ガスの排出削減とカーボン・オフセットを通じ、地球環境への悪影響を最大限緩和することを最終目標としています。また、消費者の方々にも気候変動に対してアクションしていただけるよう活動することを目指しており、パートナー各社様と協力し、事業プロセス全体で地球環境に前向きな変化を促して参ります。戦略および関連するコミットメントには、次の4つの重点分野が含まれます。

**二酸化炭素(CO2)の排出量の削減：**コンデナストは、まず、2021年末までに自社設備における排出量を20%、サプライチェーン全体で10%削減することにより、2030年までにカーボンニュートラルを達成することを目指しています。これにより、コンデナストは、デジタルバリューチェーンの環境に関するインパクトを考慮した事業運営を行う最初のパブリッシャーの1つになります。

**サプライヤーとの協働：**コンデナストは、サプライチェーン全体のパートナー各社様と協働し、調達アプローチを見直し、業界主導のイニシアチブを育むことで、より持続可能なパブリッシングインダストリーへとなるよう推進いたします。雑誌等の生産プロセス全体を通じてより持続可能な材料への移行と、高性能な代替品の採用といった活動からスタートして参ります。

**より持続可能な材料の使用：**コンデナストは、2021年末までに100%国際認証紙に移行します。また、エレンマッカーサー財団の「新プラスチック経済グローバル・コミットメント」での誓約の一環として、2025年までにコンデナストが事業展開をしているすべての国や地域の出版物から、リサイクルできないプラスチック梱包をすべて取り除きます。

**変化を象徴する存在へ：**コンデナストは、自社のメディアブランドがサステナビリティに対し先駆的に取り組んでいるブランドとなることを目指し、気候変動とそれに対するファッションのあり方について発信していくための基準を設定しています。その一環として、サステナブルなファッション、および危機的な気候変動という状況において、ファッション業界の役割を改めて定義し、理解するためのグローバルリソースである、サステナブル・ファッション・グロッサリーをリリースします。また、UNFCCCのFashion for Global Climate Action（グローバル気候行動）のイニシアチブの一環としてパートナー各社様と引き続き協力し、より広く気候変動に対応する活動を推進するという目標を掲げています。

#### サステナビリティ・アセスメントの結果

今回のサステナビリティ・アセスメントは、GHG 排出量と材料の評価について行われ、コンデナストが事業を展開する 12 の国や地域の施設、サプライチェーン、および雑誌の生産に使用している紙とプラスチックの包装を対象としています。

アセスメントによって次のことが明らかになりました。

- コンデナストは、2018 年に、二酸化炭素相当量 (CO2e) 約 341, 233 トンの GHG を排出しました。8%が自社設備、92%がサプライチェーン全体によるものでした。
- 2018 年に使用された 35, 000 トンの紙の 96%は、森林認証の承認プログラム (PEFC) および森林管理協議会 (FSC) によって認証されたものです。
- 2018 年には、440 トンの使い捨てプラスチックが雑誌の梱包に使用されました。

コンデナストのサステナビリティ・アセスメントの詳細は、[condenast.com/sustainability-strategy](https://condenast.com/sustainability-strategy) で入手可能です。

2019 年、コンデナストは、気候変動に関する国際連合枠組条約の「ファッション業界機構行動憲章」に参加した初のグローバル・メディア企業となり、またエレンマッカーサー財団の「新プラスチック経済グローバル・コミットメント」にもコミットしています。

#### 報道関係者の方々への補足事項：

##### コンデナストについて：

コンデナストは、Vogue、The New Yorker、GQ、Glamour、AD、Vanity Fair、Wired などの象徴的なブランドを擁したグローバルメディア企業です。同社の受賞歴を誇るコンテンツは、印刷物で 8, 400 万人、デジタルで 3 億 8, 500 万人、ソーシャルプラットフォームで 3 億 9, 000 万人の消費者に届けられ、毎月 10 億回以上の動画視聴を得ています。同社はニューヨークとロンドンに本社を置き、世界中の現地ライセンスパートナーとの提携のもとに、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、メキシコ、ラテンアメリカ、ロシア、スペイン、台湾、英国、米国を含む世界 31 の市場で事業を展開しています。2011 年に発足した Condé Nast Entertainment は、映画、テレビ、ソーシャルビデオ、デジタルビデオ、バーチャルリアリティにわたるプログラミングを作成する、数々の賞を受賞した制作および配信スタジオです。

[CondeNast.com](https://condenast.com) をぜひご覧いただき、ツイッターで [@CondeNast](https://twitter.com/CondeNast) をフォローしてください。

またコンデナスト・ジャパンの情報については、<https://condenast.jp/> および [linkedin.com/company/condenast-japan/](https://www.linkedin.com/company/condenast-japan/) をご覧ください。

『Vogue Japan』が展開する「[Vogue Change](#)」での本リリースのテーマを取り上げた記事もご覧ください。

##### メディア連絡先：

ゾーイ・ガーランド（ロンドン）[zoe.garland@condenast.com](mailto:zoe.garland@condenast.com)

ジョー・リボナーティ（ニューヨーク）[joe\\_libonati@condenast.com](mailto:joe_libonati@condenast.com)

コンデナスト・ジャパン窓口：[mrk@condenast.jp](mailto:mrk@condenast.jp)