



2023 年サステナビリティ レポート エグゼクテ ィブサマリー

Ermenegildo Zegna Group

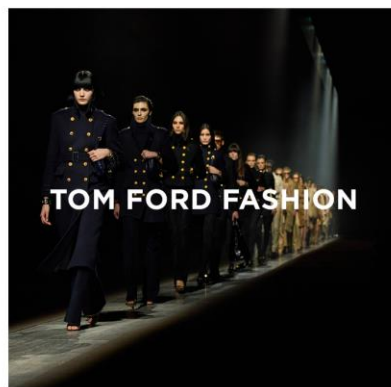
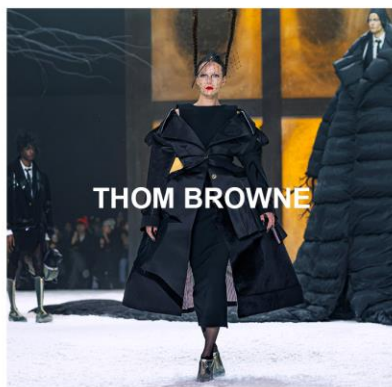
グループ概要

イタリアのトリヴェーロで 1910 年に創設された Ermenegildo Zegna Group（以下「グループ」）は、ラグジュアリー分野で世界をリードするプレーヤーです。世界的に有名な ZEGNA およびトム ブラウンの各ブランドを所有し、エステー ローダー社との長期独占ライセンス契約を通じて、トム フォード ファッションの事業を運営しています。

グループの中心となるのは、独自の *Filiera*、すなわち、最先端の工業技術と一体化した、比類のないテキスタイルのプラットフォームです。イタリア最高峰のクラフツマンシップとイノベーションを結び付け、確かな卓越性と究極の品質を実現しています。

創設当時から、人々、地域社会、自然界に対する責任を Ermenegildo Zegna Group の信条の中心に据えてきました。2023 年 12 月 31 日現在で、グループ（トム フォード ファッションを含む）は 6,925 人を雇用しており、¹19 億 500 万ユーロの収益を上げています

Ermenegildo Zegna Group



¹この数字には 2023 年 12 月 31 日現在の臨時従業員 276 人は含まれていません。

グループの人材：2023 年のデータ

グループの従業員数	トムフォードファッション部門を除く従業員数
6,925 人	6,374 人
	女性 61%
	終身雇用 97%
	新規採用（30 歳未満） 37%
	女性管理職 46%

グループのサプライチェーン&原材料：2023 年のデータ

グループのサプライヤー

ティア 1 サプライヤー 272 社

総支出に占めるイタリアのサプライヤー 84%

サプライヤーによる監査済みの原材料および完成品 45 品目

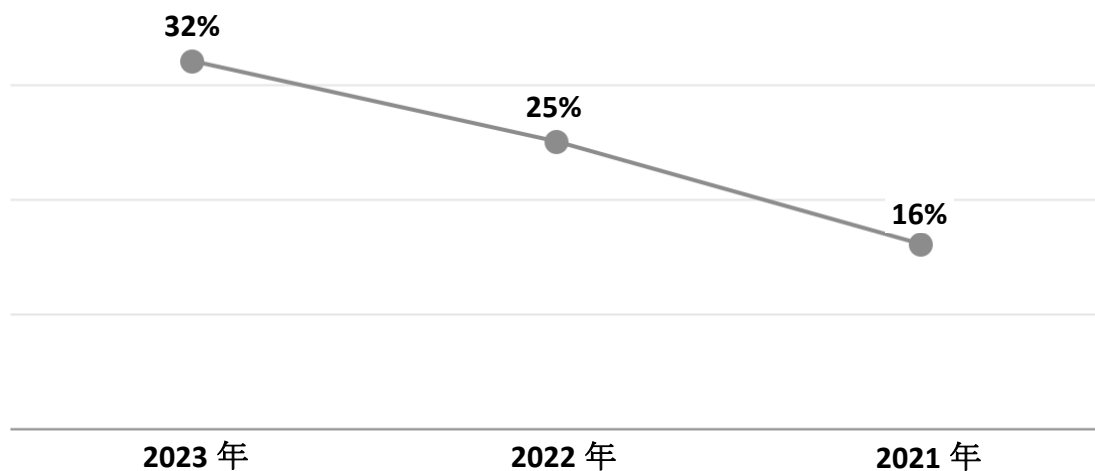
グループの原材料

トレーサブル&低環境負荷の最重要原材料 32%



グループの環境負荷

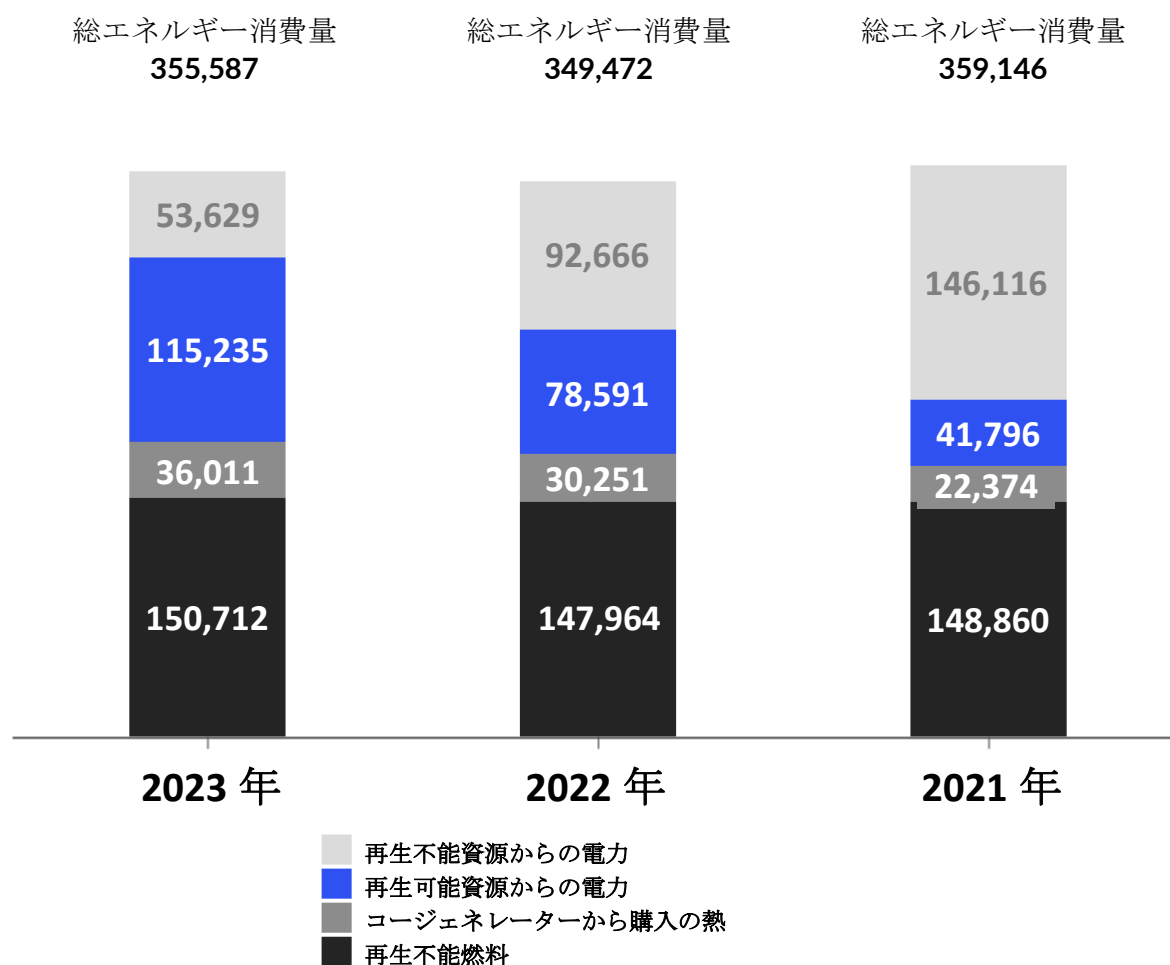
トレーサブル&低環境負荷の最重要原材料の推移



最重要原材料（ウール、カシミア、コットン、レザー、人工セルロース、ポリエステル、リネン）の、2023年に購入した原材料総量に占める割合は約72%です。2023年12月31日現在で、原産地がトレーサブルで低環境負荷の供給源からの最重要原材料の割合は32%。主なものに、Authentico®ウール、サステナブルファイバーアライアンス カシミア、Masters of Linen®およびEuropean Flax®認証取得リネンがあります。このような数字の伸びは、原産地まで追跡可能で低環境負荷の供給源からの最重要原料の割合を、2026年までに50%に届かせるというグループの目標と連動しています。



グループによる消費エネルギー（単位 GJ）

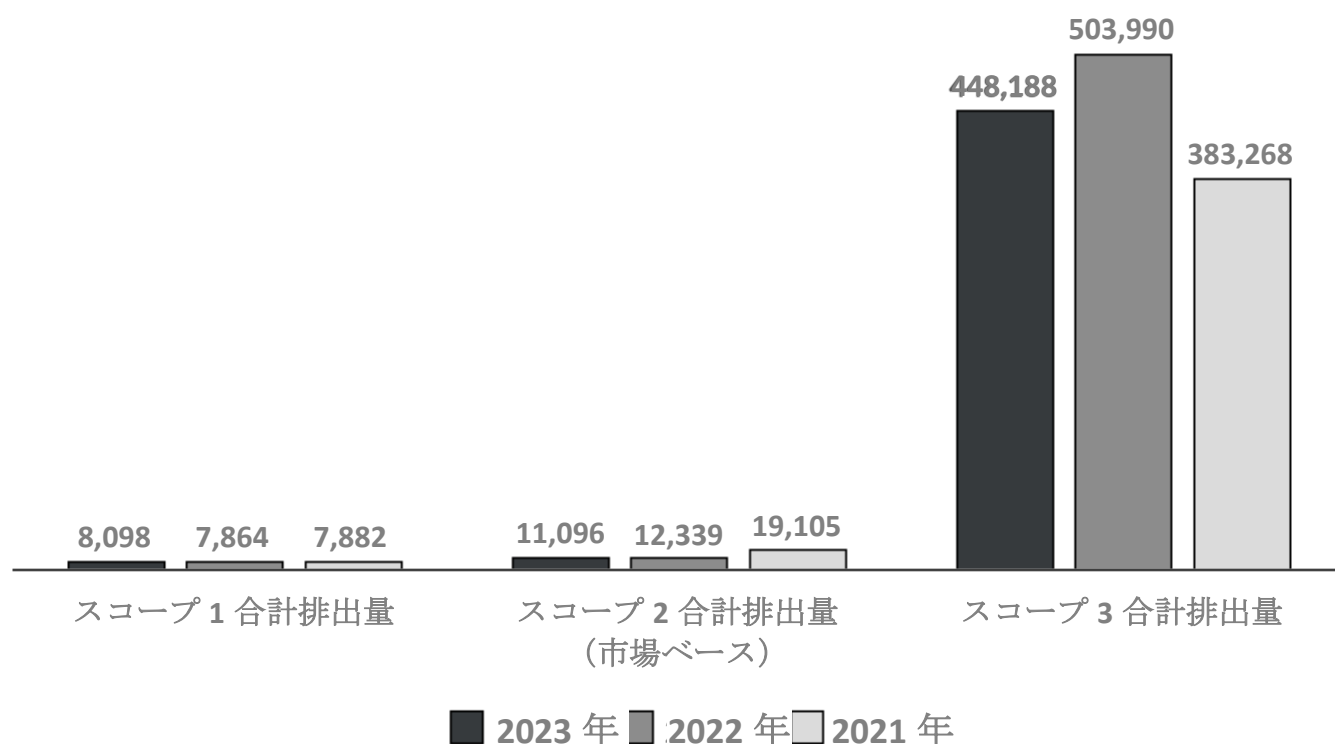


ヨーロッパと米国で 2024 年中に再生可能資源からの電力 100%を達成というグループの目標に関しては、2023 年に躍進を遂げ、97%（対して 2022 年 73%、2021 年 22%）に達しました。グループ全体としても、2023 年に、電力の 68%（対して 2022 年 46%、2021 年 22%）を再生可能資源から購入しており、2027 年までに 100%再生可能電力を達成というグループの目標に近づきつつあります。

	消費電力（単位 GJ）	再生可能資源からの消費電力（単位 GJ）	%
米国	6,964	5,994	86%
ヨーロッパ	106,668	104,362	98%
世界の残りの地域	55,232	4,879	9%
合計	168,864	115,235	68%

またグループでは、2025 年までに、レンタルの乗り物をプラグインハイブリッド車または電気自動車に 100%交換するという目標に向かっても、前進を果たしました。2023 年に 36%（2022 年は 21%）を達成しています。

炭素排出量—スコープ 1、スコープ 2、スコープ 3（単位 tCO₂e）



2023 年に、スコープ 1+スコープ 2 の市場ベースの CO₂ 換算排出量は、CO₂ 換算 19,194 トンに相当しました。2022 年と比較して、排出量が 5%削減されました。

天然ガス、ディーゼル、軽油、ガソリン、LPG 由来の排出量を含む、グループのスコープ 1 の排出量は、2023 年に、2022 年と比べてわずかに増えています。逆に、購入電力および熱の使用を含む、スコープ 2 の排出量は、2022 年に比べて 2%（ロケーションベースのアプローチ）および 10%（市場ベースのアプローチ）減っています。これは電力からのエネルギーの消費が減っており、再生可能資源からのエネルギーの消費の割合が増えているためです。

2023 年に FLAG（森、土地、農業）と非 FLAG の目標の配分を考え、また、2023 年 4 月 28 日の Tom Ford International LLC の獲得に照らし、グループは、スコープの 3 つのカテゴリのうち、スコープ 3 の消費量が FLAG の要素にどのように影響しているかを分析しました。分析結果として、スコープ 3 カテゴリの消

費量の 15（投資）の推定値を、Tom Ford International LLC を投資として考慮せずに 2022 年度と 2021 年度に関して再計算しました。さらに、グループは次のカテゴリの計算について方法論的アプローチを微調整しました：3.1、3.2、3.8、3.9、3.14 およびその結果として 2022 年度と 2021 年度のデータを更新。2022 年度と 2021 年度に関する以前の公開データは、2022 年グループ サステナビリティレポートをご参照ください。

全体として、グループのスコープ 3 総消費量は、2023 年に、2022 年と比較して 11%減少しました。

購入した商品とサービスはスコープ 3 総消費量の 89% を占めます。2023 年度のカテゴリ 1 消費量の 74% は FLAG 消費量が占めます。上流の輸送と配送は消費量全体の 3% を占め、残りのカテゴリは累積的に 8% を占めます。

グループの取り組み



3 つの ESG の取り組みと 27 の目標

グループは、2022 年 5 月、キャピタル マーケット デーの期間中に ESG 戦略を明らかにしました。戦略は 3 つの取り組みで構成されており、27 の目標が定められています。下の表では、2023 年を目標年としたすべての ESG 目標、および大きく前進した 2023 年以降を目標年とする ESG 目標をレポートしています²。

²ESG 目標の完全なリストについては、2023 年サステナビリティレポートの「グループのサステナビリティの取り組み」セクションをご参照ください。

取り組み	ESG 目標	目標年	進捗状況
取り組み 1 : イタリア製、透明性！	透明性の情報開示（監査済みの「グループ サステナビリティレポート」、GRI & SASB 情報開示基準）	2022 年	達成：「気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD/Climate-related Financial Disclosure）」に沿った最近の評価を、「2023 年サステナビリティレポート」に加えました
	取締役会による ESG 戦略&実施の監督	2023 年	達成：2023 年から、取締役会は公式にグループの ESG 戦略とその実施の監督を担います。また、取締役会は「サステナビリティレポート」の承認も担います
	関連の事業者団体への参加	2023 年以降	達成：グループは 2022 年に「テキスタイル エクスチェンジ（Textile Exchange）」に、また 2023 年にシグナトリブブランドとして ZDHC に参加しました。グループは、関連する業界団体とのさらなる取り組みを、引き続き検討します
	最重要原材料の少なくとも 50%を、原産地が追跡可能で低環境負荷の供給源から調達	2026 年	実施中：トレーサブル&低環境負荷の最重要原材料は 32%
取り組み 2 : 未来のファブリックを織る	従業員の 80%が DE&I トレーニングを完了	2023 年	達成：従業員の 87%が DE&I トレーニングを受講
	DE&I 戦略に従った人材獲得と保持のアプローチを開発し、機会均等雇用主になること	2023 年	達成：グループは、DE&I 戦略に沿った、新たなグローバル採用運営手順を発表しました
	ウール、カシミア、コットンの原材料の供給源への投資に、再生農業および炭素隔離の取り組みで影響を与えること	2023 年以降	実施中：グループはファッション協定（Fashion Pact）の「アンロックプログラム（Unlock Programme）」における創設資金提供者です
	現地の法令要件を上回る育児休暇制度を全市場に拡大	2023 年	実施中：新しい育児休暇の基準が 2023 年に承認されました
	「グループアカデミー」の発足	2024 年	実施中：グループは準備活動を継続し、2023 年にプロジェクトの範囲が拡大されました
取り組み 3 : Oasi、ZEGNA バリュウの故郷	化学管理：グループの全製造現場の「ZDHC 基礎的コンプライアンスレベル（Foundational compliance level）」（製造時制限物質リスト/MRSL、廃水）	2023 年	達成：2023 年に、全製造現場で「基礎的コンプライアンスレベル」を達成しました
	再生可能資源からの電力 100%（スコープ 2）	2024 年以降（ヨーロッパ&米国） 2027 年以降（グループ）	実施中：ヨーロッパと米国で再生可能資源からの電力が 97%

2023 年主要プロジェクト

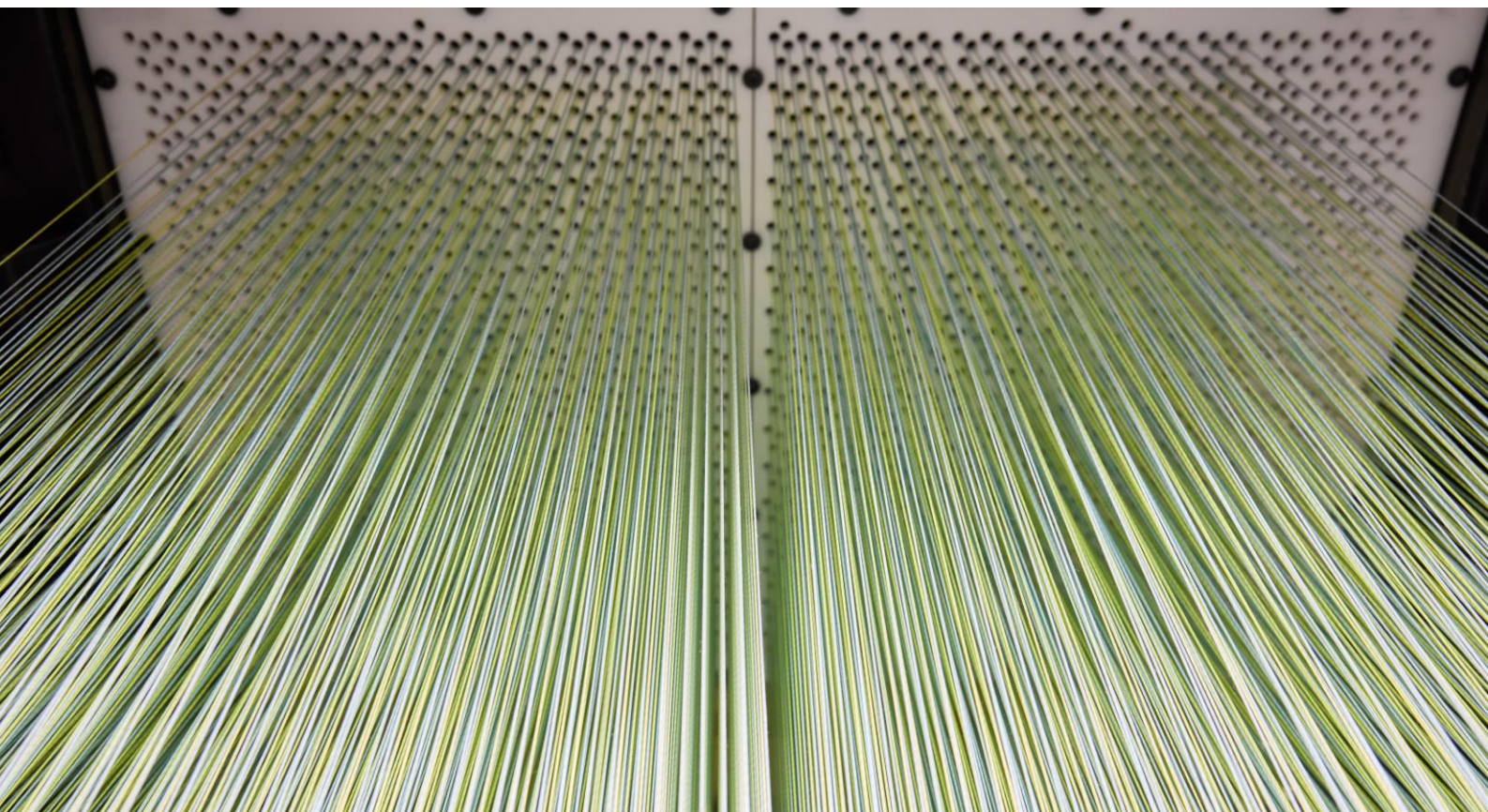


ガバナンス

ポリシーと意識向上キャンペーン

2023 年に、取締役会が、株主との相互関係に関する新ポリシーおよび「ステークホルダーエンゲージメント ポリシー」を承認しました。さらに、グループは「腐敗防止ポリシー」、「マネーロンダリング防止および制裁ポリシー」、「税務に関するポリシー」、「ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン ポリシー」、「動物福祉ポリシー」を導入しました。グループはまた、独占禁止コンプライアンスプログラムを立ち上げ、まず、公平な競争を保証する行動を定義する、グループの「独占禁止ポリシー」を導入しました。

2023 年に、グループは意識向上キャンペーンを開始し、倫理規定に準拠した行動を奨励しました。「不正行為報告ポリシー」の意識向上キャンペーンも全従業員に向けて展開し、必須トレーニングも実施しました。



TCFD の枠組みに沿ったグループ初の気候関連財務の開示³

2022 年に、気候関連財務情報開示タスクフォース（TCFD/Task Force on Climate-related Financial Disclosures⁴）に即して、特定の気候関連リスクとチャンスの財務的影響の評価を開始。評価の一環として、ベンチマークの分析を実施し、気候変動に立ち向かうためのベストプラクティスを見つけ出しました。さらに、長期的戦略を検討し、気候変動の影響を受けそうな地域を特定しました。分析の結果、可能性のある 3 つのリスクと 2 つのチャンスが明らかになりました。リスクには物理的なものと移行リスクの両方を含みます。

リスク	
物理的リスク	移行リスク
• 原材料の不足（ウールとカシミアについての評価）	• 可能性のある市場参入の課題
• 事業中断	
チャンス	
• 低環境負荷の資源を通じたサステナブルなブランディングのプロモーション	
• 業務レベルでの低排出の資源の利用	

³この分析では、新たに獲得したトム フォード ファッション事業を、グループの範囲から除外しました。

⁴TCFD の枠組みは、金融安定理事会（Financial Stability Board）により開発された、世界的に認められているリスクベースのモデルで、気候変動に取り組む企業戦略の堅牢性と適応性を評価するものです。

2023 年を通して、TCFD 提言に関しては、特定されたリスクとチャンスが経済的観点から評価され、気候シナリオの分析に基づき、グループの事業戦略がストレステストにかけられ、脱炭素化の目標達成における柔軟性が判断されました。特に、この分析では、物理的リスクの分析用に気候変動に関する政府間パネル（IPCC/Intergovernmental Panel on Climate Change）からシナリオを選びました。また、移行リスクとチャンス用には、国際エネルギー機関（IEA/International Energy Agency）からシナリオを選択しています。

評価は、短期（2022～2026 年）、中期（2027～2032 年）、長期（2033～2050 年）の、3 つの計画対象期間に対して実施されました。

シナリオの分析モデルによって、気候関連要因に基づき、収益とコストにストレスがかけられました。基準値に対して影響が数値化され、結果が統合されて、価格変動と収益の影響を考慮の上で調整された予測が算出されました。

目標は、トム フォード ファッション部門を除外した、グループの EBIT 基準値への影響の数値化を達成することでした。

全体として、異なるシナリオおよび期間への影響は、著しく重要なものとしては表われませんでした。グループの ERM ガイドラインに従い、分析されたシナリオおよび期間に対する影響を評価するために、6 段階（「非常に低い」から「最も高い」まで）の基準が用いられました。長期については、最大の影響は「中程度」として評価されています（すなわち著しく重要ではない）。そのため、軽減するためのアクションを直ちに起こす必要はありません。

グループは、時間をかけて分析の範囲を拡大する可能性も含め、引き続き、気候関連リスクおよびチャンスを定期的に監視する予定です。

社会

ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン戦略

グループのダイバーシティ、エクイティ、インクルージョン（DE&I/多様性、公平性、包摂性）戦略は 2022 年の着手から進化してきました。グループのアプローチには、従業員に耳を傾け、固有のニーズを理解したいという願いが込められています。多様性には力と価値があり、個々人は理解され、耳を傾けられなければならないと、私たちは信じています。従業員に敬意と尊厳を持って接し、その独自の才能に価値を見いだす企業は、より強く、より柔軟です。

2023 年に実施された主な取り組み

- 取締役会が DE&I ポリシーを承認。
- DE&I の概念についてのトレーニングを実施し、トムフォードファッション部門を除き、グループ従業員の 87%が対面とオンラインで参加しました。
- 「インクルージョンチーム」を作りました。イタリアとスイスの従業員グループで、DE&I プロジェクトに自発的に参加しました。同チームは、インクルージョンの問題の特定、および、グループ内にインクルーシブな文化を広げる取り組みの設計を担います。
- グループの育児休暇の新たな基準を承認しました。同基準では、従業員は 6 週間の有給育児休暇を取得する権利を持ちます。これは就業日 30 日間に相当します。現地の法令のほうが有利であれば、追加条件は適用されません。新基準の承認にともなうポリシーは、2024 年の第 1 四半期に承認されました。
- DE&I 戦略に従って、人材獲得および保持のためのアプローチを開発し、新たな採用手順の導入へとつながりました。同手順では、標準化された透明な枠組みを利用して、能力のある応募者を惹き付け、評

価し、選抜します。さらに、最高管理職に、ジェンダーバランスの目標を設定し公開しています。

- イタリアのジェンダー平等認証（Italian Gender Equality Certification）を取得する道を歩み始めました。

人材管理

2023 年、私たちは注目に値する 2 つのプロジェクトを発表しました。

1. 新しいリーダーシップモデル：グループの進化する戦略的展望に応え、新しいリーダーシップモデルを発表しました。取り組みでは、鍵となる能力と行動を特定し、グループの全従業員が意欲を高めてグループの目標を達成し、ビジョンを実現できるようにします。
2. ジャンプ！大学院プログラム：カスタマイズされた学習体験と自己開発の道を提供する 1 年間の取り組みで、参加者は、内面的成長の重要なスキルを身に着けることができます。ミラノの本社を拠点とするパイロットプログラムには、3 つの主要エリアが含まれています。データサイエンスとデジタル、パートナーシップと「クライエンテリング」（顧客との良好な関係の構築）、サステナビリティです。

加えて ZEGNA ブランドでは、2023 年、生徒たちの知識、関与、興味を深めることを目的とした、さまざまな取り組みに力を注ぎました。このような取り組みには、現場訪問（およそ 500 人の学士および大学院生を受け入れました）、就職説明会、教育機関（Biella Master delle Fibre Nobili や SDA ボッコーニの MAFED プログラムなど）との提携、キャリアの始めからインハウスの専門知識を強化する戦略の重視などが含まれました。

グループアカデミー

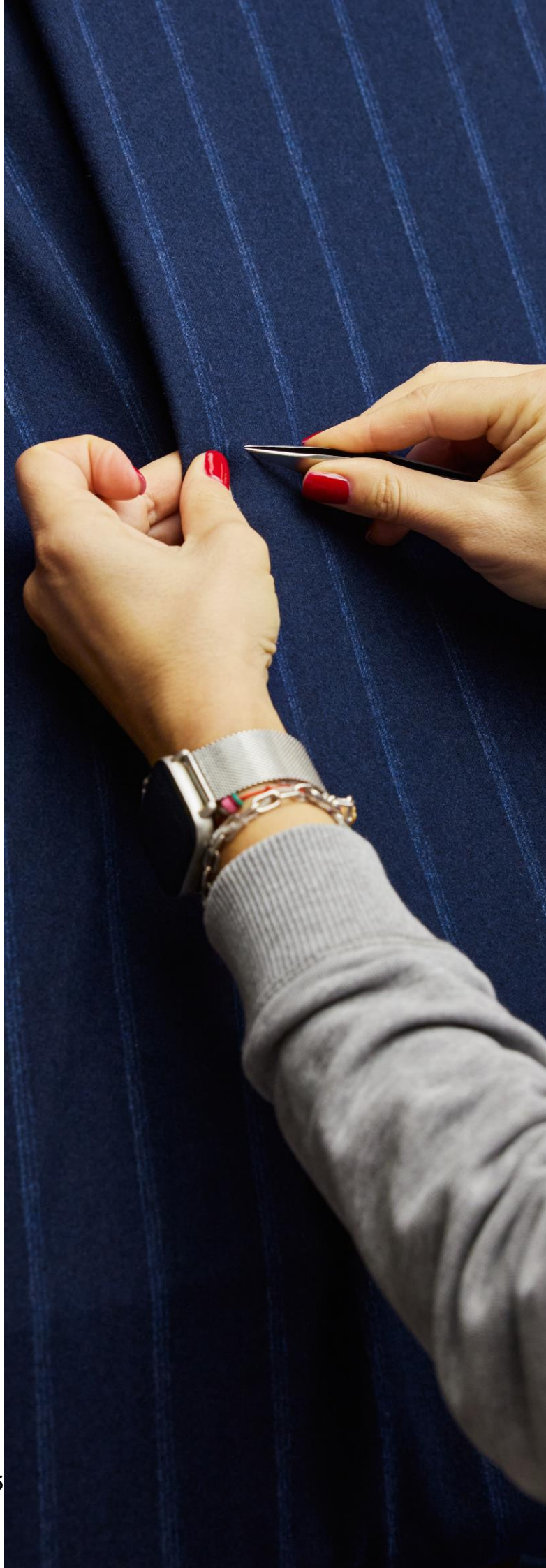
Ermenegildo Zegna Group では、クラブツマンシップとイノベーションを学習過程の中核にとらえ、長期成長戦略に組み込んでいます。

2023 年には、ZEGNA ブランドから始まった「グループアカデミー」プロジェクトの範囲を広げて、バリューチェーン全体（業界から顧客まで）を視野に入れました。グループでは、4 つの「スキル工場」に基づいて、新しい学習戦略を練りました。各工場では、それぞれ、製造業、製品、顧客関係、イノベーションとリーダーシップという異なる領域での専門知識育成に専心します。

2023 年、「グループアカデミー」では、製造業のトレーニングとスキル開発に多大な努力が注がれました。その目的は、専門をきわめたプロを惹き付け、スキルギャップを埋め、若い才能を見いだして訓練し、従業員間の知識伝達を促進することでした。「グループアカデミー」はまた、労働力の多角化、製造施設のための人材プールの拡大、グループが事業を展開する領域内での結び付きの強化にも役立ちます。

2023 年には、2022 年の 1 万 3,205 時間に対し、3 万 5,200 時間のトレーニングを外部からの応募者 125 人に提供しています。

「グループアカデミー」はさらに、イタリアとスイスで高校生 133 人を迎え、イタリアのパルマにあるファッション高校と新しい学習パートナーシップを結び、若い人々の技術キャリア志向を育みました。



環境

環境保護は、創設時からの価値観であり、基本的義務です。そのためグループは、環境フットプリントを削減すること、および再生可能エネルギーへの移行に貢献することを、引き続き重視します。

2023 年には、次のような取り組みを継続しました。

- 再生可能な供給源から購入する電力量を増やしました。2021 年の 22%から、2022 年に 46%、2023 年には 68%まで増加しています。
- グループの製造現場 2 ヲ所で、それぞれ 1 つずつ太陽光発電システムを設置し稼働を開始しました。

炭素排出量削減目標—SBTi へ提出

2022 年、Ermenegildo Zegna Group は科学的根拠に基づく炭素策定目標の設定に取り組み、グループの目標を科学的根拠に基づく目標イニシアチブ (SBTi/Science-Based Targets initiative) に提出しました。2023 年 5 月に、SBTi は、Ermenegildo Zegna N.V. のネットゼロ (短長期ともに) に関する、2050 年までの科学的根拠に基づく目標を承認しました。

総合的なネットゼロ目標

Ermenegildo Zegna N.V.は、基準年の 2021 年から 2050 年までに、バリューチェーン全体で温室効果ガス (GHG) 排出のネットゼロを実現することを約束しています。

短期目標

Ermenegildo Zegna N.V.は、スコープ 1 と 2 の GHG 排出量の絶対量を、基準年の 2021 年から 2032 年までに 50.4%削減することを約束しています。

Ermenegildo Zegna N.V.はまた、2021 年には 22%だった再生可能電力の年間調達量を、2027 年までに 100%に増加させることを約束しています。

Ermenegildo Zegna N.V.はさらに、スコープ 3 の、購入した商品やサービス、燃料、エネルギー関連の活動、従業員の通勤、投資からの GHG 排出量の絶対量を、基準年の 2021 年から 2032 年までに 50.4%削減することを約束しています⁵。

長期目標

Ermenegildo Zegna N.V.は、スコープ 1 と 2 の GHG 排出量の絶対量を、基準年の 2021 年から 2050 年までに 90%削減することを約束しています。また、Ermenegildo Zegna N.V.は、スコープ 3 の GHG 排出量の絶対量を、同様の期間で、90%削減することを約束しています。

⁵2024 年、グループは、FLAG 対非 FLAG の目標の配分および 2023 年 4 月 28 日の Tom Ford International LLC の獲得による基準点の変更を反映するために、新たな目標提案を化学的根拠に基づく目標イニシアチブに提出します。

包括的バーチャル電力購入契約

ファッション協定のシグナトリブランドとしての取り組みの一環として、グループは 2022 年 12 月に、包括的バーチャル電力購入契約（CVPPA/Collective Virtual Power Purchase Agreement）に参加することを発表しました。CVPPA は、スペインの Lightsource BP の太陽光発電のポートフォリオと関連しており、2023 年 10 月に最終合意に達し、12 ブランドに向けて長期の更新可能な約束を提供しています。

この包括的な契約には、責任のある（しかし集約的なエネルギー利用が少ない）グローバル事業が、太陽光発電の恩恵を受け、新たな再生エネルギープロジェクトの開発を支えるという意義があります。ファッション協定は、Lightsource BP の電力市場チームと協力して、特注の PPA の仕組みを作り、メンバーのニーズに応え、再生エネルギーの需要を満たせるようにしました。

カスタムメイドで実用的なこのアプローチによって、契約がわずか数ヵ月で合意にいたりしました。そしてイニシアチブのメンバーがクリーンエネルギーへの移行を促進できるように、公平なプラットフォームが作られたのです。CVPPA はスコープ 2 の排出量削減に向けて重要な一歩を踏み出しています。包括的なアクションは、グループがサステナビリティの目標を達成することを保証するために重要です。このプロジェクトは、グループが他のブランドと協力して意義ある変化を起こしたいと考えている証です。

RE.CREA コンソーシアム

2022 年、グループは Re.Crea コンソーシアムの設立に貢献しました。同組織はファッションおよびテキスタイル産業でのサステナビリティの促進に貢献するもので、CNMI（National Chamber of Italian Fashion/イタリアファッション協会）が取りまとめています。その目標は、テキスタイルとファッション製品のライフサイクルの終了段階を

管理すること、および革新的なリサイクルソリューションの研究と開発を促進することにあります。

ZDHC ロードマップトゥゼロ プログラム

2024 年 1 月 1 日現在、グループは「ZDHC ロードマップトゥゼロ（Roadmap to Zero）」プログラムのシグナトリブランドであり、化学物質の使用に関して「ZDHC ブランズトゥゼロ（Brands to Zero）」コミットメントを採用しています。⁶

「ブランズトゥゼロ」は、ブランドと小売業者に、調和のとれたアプローチ、および、自社製品とサプライチェーン全体でサステナブルな化学物質管理を達成する明確な道筋を提供します。「ブランズトゥゼロ」はまた、年 1 回の査定で業績の比較可能性を考慮します。

2023 年、グループ内部の製造現場では、「ZDHC 基礎的コンプライアンスレベル」を達成しました。これには Bonotto、Dondi、Tessitura Ubertino、Lanificio Ermenegildo Zegna も協力しています。

生物多様性

2023 年 11 月 24 日に、ミラノ市の公式パートナーとして、ZEGNA が今後 3 年間、大聖堂広場の花壇のデザインの見直しと手入れをすることが発表されました。ZEGNA は植物と造園の専門家からなるグループと協力して取り組み、Oasi Zegna の植生のアイコン的な要素をいくつかミラノへ運びました（生態学的なベストプラクティスを踏まえて）。このプロジェクトによって、市中心部に、環境責任に関する Oasi Zegna の哲学からインスピレーションを得た緑地が生まれます。Oasi Zegna は、ピエモンテのビエレーゼアルプスに位置する、100km² の自然保護区で、社会的および環境的意識を高める比類のないモデルとして、Ermenegildo Zegna によって前世紀初頭に設立されました。

⁶ZDHC は Zero Discharge of Hazardous Chemicals の略で「有害化学物質排出ゼロ」を表します。



OASI CASHMERE と OASI LINO

Oasi Cashmere コレクションは 2022 年に初登場し、「故郷は Oasi Zegna」として紹介されました。その目指すところは、2024 年中に 100%トレサブルとなる、カシミア繊維から作られているコレクションです。同コレクションは、Oasi Zegna からインスピレーションを得ており、名前も Oasi Zegna にちなんでいます。Oasi Zegna は ZEGNA バリューの故郷であり、グループが世代を超えて育ててきた 100km² におよぶ豊かな生態系を誇る場所です。

カラーのセレクトは、温もりがありアーシーな Oasi Zegna の紅葉を映し出しており、多彩な服のバリエーションを生み出しています。例えばアイコン的な Overshirt、極上のニットウェア、トラウザーパンツ、アクセサリなどです。

Oasi Cashmere はトレサビリティとアカウンタビリティのトレードマークです。グループの目標は、Oasi Cashmere を通じて、自然環境の保護、地域社会への貢献、原材料の倫理的調達などの価値観を奨励することです。

Oasi Lino コレクションは、Oasi Cashmere 同様、真正性、クラフツマンシップ、ハイクオリティという、ZEGNA バリューを体現しています。何よりも、生産国から製造現場まで繊維のトレサビリティを保証しています。

リネンは、亜麻から作られる天然繊維です。最高品質のリネンは、主にフランスのノルマンディで育った亜麻から作られます。その青い花は、初夏にわずか一日のみ花を咲かせます。ZEGNA のトレサブルなリネンは 2 種類の認証を取得しています。European Flax®および Masters of Linen®です。ともに、その繊維がヨーロッパの供給源から調達されており、その素材が繊維工場までトレサブルであることを保証しています。2024 年中に、Oasi Lino コレクションを構成するすべてのリネン繊維が 100%トレサブルになります。

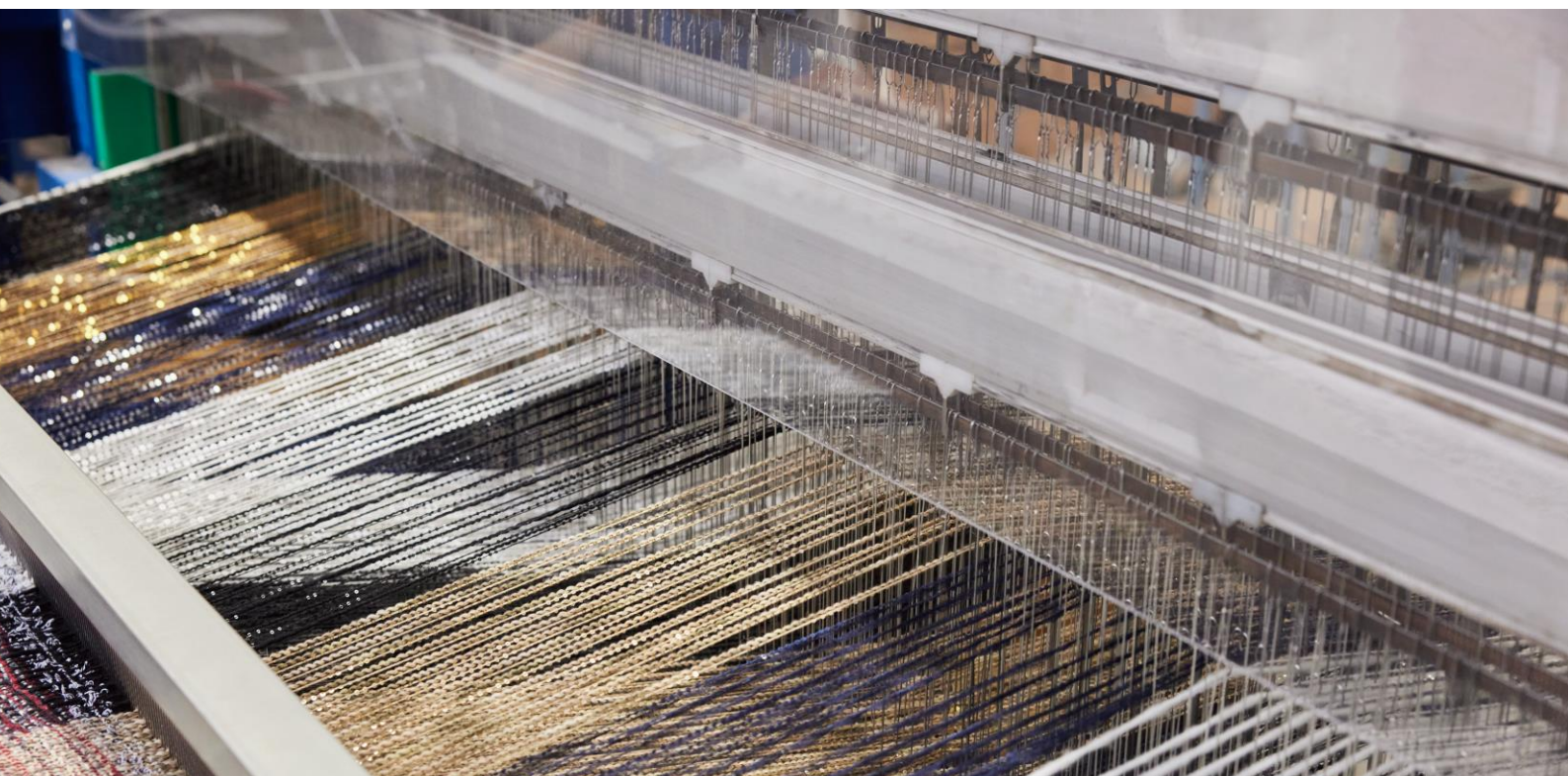
方法論的ノート

この文書は、Ermenegildo Zegna N.V.とその全体的に統一された子会社の、2023 会計年度（2023 年 1 月 1 日から 12 月 31 日まで）用の、2023 年サステナビリティレポートのエグゼクティブサマリーを構成しています。

レポートしている経済的および財務的データの範囲は、2023 年 12 月 31 日現在の、Ermenegildo Zegna Group の統合された財務状況に対応しています。社会的および環境的状况に関連するデータと情報の範囲は、基本的に詳細にいたるまで統合された Ermenegildo Zegna Group 各企業を参照しています。ただし、トム フォード ファッション部門は例外で、明確に指摘されている場合を除いて、2023 年サステナビリティレポートからは除外されています。

Ermenegildo Zegna Group サステナビリティレポートは毎年発行されています。エグゼクティブサマリーは Ermenegildo Zegna Group 2023 年サステナビリティレポートに含まれる情報の一部をレポートしています。

サステナビリティレポートへのアクセスは[こちら](#)をクリックしてください。



Ermenegildo Zegna Group

2023 年サステナビリティレポート

エグゼクティブサマリー