

## 2022 年春夏の BOSS と HUGO の THE LESS WATER の取り組み：節水という長い道のり

BOSS と HUGO は数シーズンにも渡り、洗練された革新的なデザインにフォーカスするだけでなく、次世代のために地球を守る役割を果たすという両ブランドの目標に沿ったデザインを作り上げる重要性を強調してきました。よりサステナブルな未来に向けた両ブランドの継続的な歩みの一環として、2022 年春夏、BOSS と HUGO は The Less Water という取り組みを発表いたします。

カジュアルからフォーマルまで 40 を超える多様なスタイルで構成された、この取り組みに基づいたアイテムの数々は、栽培や生産過程で少量の水のみを必要とする繊維を使用し、水の節約に焦点を当て、より持続可能な染料で染色しています。2025 年までに、全商品の 30%が選択された責任ある湿式法によって、ウォーターフットプリントを指標として節水に貢献します。BOSS と HUGO の商品における節水とは、染色/なめし/洗浄/処理の工程で、水の消費量を最低 30%削減することを意味します。

Recot<sup>2</sup> や SeaCell™ との取り組みから、Lenzing 社の TENCEL™ Lyocell（繊維は閉回路生産プロセスで製造され、90%以上の溶剤が回収可能）とのパートナーシップまで、BOSS と HUGO、それぞれのブランドはサステナブル商品戦略へのコミットメントを表明しています。

BOSS と HUGO の 22 年春夏コレクションでは、リネン（麻）が顕著に使用されています。リネンは、人工的な水やりをほとんど必要とせず、栽培時の農薬や肥料も少なく済む、丈夫な植物です。他には、サステナブルな原木と海藻から生産される先駆的な繊維である SeaCell™ を部分的に使用したアイテムも展開いたします。この特許取得の生産工程では、クローズドの溶剤回路により、すべての処理液と水がリサイクルされ、再利用されています。

使用されている繊維だけが RESPONSIBLE（リ spons ible）のカテゴリの特徴ではありません。例えば AVITERA® の染料は、水とエネルギーの消費量は従来の染色方法と比べて約 30%減です。さらに、選ばれた生産施設はすべて、高品質の水のリサイクルシステムを導入しています。

ブランド刷新の熱量はそのままに、2022 年初めに開始した「Be Your Own BOSS」と「How Do You HUGO」キャンペーンでは、大胆な※CLAIM 5 戦略を掲げ、自分自身のボスであり続けることの一環として、思慮深い選択をし、常に地球のことを考え続けることを明確にしています。

# HUGO BOSS

BOSSとHUGOは、ソーシャル・プラットフォームを通じ魅力的で革新的なコミュニケーション方法を見出すことで、若年層に活力を与えます。このThe Less Waterのスタイルの発売と同時に、両ブランドはInstagramとTikTokで教育的なコンテンツを配信し、サステナブルなトピックに対する継続的な支持を促していく予定です。

※昨年8月にHUGO BOSSが発表した2025年の新しい成長戦略。その5つとは、「デジタルでリードする」、「オムニチャネルのバランスをとる」、「成長のために組織化する」という5つの強力な柱に基づいています。また、サステナビリティへの大胆なコミットメント、強力な実行ロードマップ、社員とチームのエンパワーメントに関する明確な計画も含まれています。

本件に関するお問い合わせは下記にお願い致します：

ヒューゴ ボス ジャパン株式会社

TEL: 03-5774-7670