



FAST RETAILING CSR REPORT 2010

Special Contents

全部商品循环再利用活动的目的

与残疾人共同工作

生产“真正好服装”的现场、员工及劳动环境

努力成为一家有益于社会的公司

越来越强大的全球性企业

在现代社会，全球性企业的影响越来越大，今后，企业表现出比国家更强的改变社会的能力的例子也许会越来越多。

拥有改变社会的能力同时也意味着承担更多的责任。影响更大，就必须有更强的责任感。必须思考，自己的公司为何存在，如何为社会做出贡献？相反，从顾客的角度来说，他们一定不愿意从一家没有为社会做出贡献的公司购买商品。企业的价值，取决于它是否为社会做出了贡献。不仅是经营者，所有的工作人员都必须意识到这一时代的召唤。

我们迅销集团以“GLOBAL ONE 全员经营”为口号，不遗余力实现这一目标。这个口号的意思是集团旗下所有公司万众一心，用全世界最佳的方法经营公司；集团的所有员工站在经营者的角度处理每天的业务，始终致力于提高工作效率。当然，CSR（企业社会责任）不仅是经营者的问题，店铺中售出一件件商品的每个员工、合作伙伴工厂中缝制一件件产品的每个员工在工作中都应始终牢记这一点，始终牢记自己的责任。对员工的这一要求，也是我们将要实现的目标。

社会在关注我们的所有工作

我们每年生产、销售约5亿件服装，但是，对顾客来说，他们购买的那一件就是他们关心的全部。我们自主策划所有的商品，参与生产和物流过程，通过自己的店铺销售商品，准确地把握每一件商品是谁、在什么时候、在那里、用什么方法生产和销售的。

但令人遗憾的是，集团于2008年进行了两次、2009年进行了1次商品的自行召回。将此种事态的发生防患于未然固然最为重要，在商品一旦出现瑕疵或公司内部发生问题的时候，我们立即公开所有相关信息。我们的所有工作都在社会的关注之下，即使发生

简单的失误，如不愿主动公开信息，问题就无法从根本上解决。判断我们自己工作是非的不是我们，而是顾客和社会。在经营中必须始终牢记这一点。

“尊重每一名员工、推动企业与个人共同成长”是迅销集团的企业理念《FAST RETAILING WAY (FR WAY)》的重要价值观之一。为了满足社会的期待，所有的工作人员都必须不断进步。企业是个人成长能量的集合体，对那些渴望成长、全力实现为顾客提供有价值的商品和服务这一理念的员工，我们将提供全世界最有吸引力的机会，全力支持他们的成长。

对环境问题的关注同样重要。按照FR WAY中提出“作为拥有崇高伦理观的地球市民而行动”的行为准则，在每一天的业务活动中，尽可能地避免增加环境负荷。日本政府提出了在2020年之前，相比1990年把温室效应气体削减25%的目标，受到了世界的好评。由此可见，全球社会的意识正在发生重大变化。作为在全世界活动的企业，决不能对环境问题漠不关心。我们一直致力于推进店铺的节能及节省资源、减少工厂出货时的包装材料、构建高效的物流体系等，今后我们将在公司内成立项目组，更加努力地推进节能及节省资源。另外，业已实施的全部商品循环再利用活动将继续以更大的规模推进下去。

我们销售的是企业态度

没有“社会”，就没有“公司”的立足之地，这是我们的基本思想。对社会来说有价值的是什么？在经营中如果不考虑这一点，企业就不可能成长。在销售服装的同时，我们也在销售我们的思想，这就是我们的经营方针。我们必须不断向顾客传递这样的信息：我们希望能得到顾客的认同，渴望顾客的参与。通过这样的方式，实现《FR WAY》中“改变服装、改变常识、改变世界”的目标，这就是我们的使命。

请一如既往地给予我们支持和帮助。



株式会社迅销
代表取締役会长兼社长
柳井正



不丹难民

从19世纪后半叶到20世纪初，由于经济原因很多人从尼泊尔移居不丹，取得了不丹国籍。但是，以印度教徒为主的尼泊尔裔不丹人和信奉佛教的主流不丹民族和宗教都不相同。1980年，不丹实施“民族主义政策”，很多尼泊尔裔不丹人被赶出了不丹。现在，有8万多难民不得不在尼泊尔东南部的7个难民营中艰苦地生活。



特辑1 全部商品循环再利用活动

全部商品循环再利用活动的目的

优衣库开展“全部商品循环再利用活动”，回收顾客手上不再需要的商品，捐赠给世界各地的难民营。

2001年开始的“摇粒绒循环再利用活动”已实施了8年。我们实地访问捐赠地，倾听他们的声音，不断思考我们下一步该做什么？我们能为他们做什么？

© 上网伸辅

第二次尼泊尔报道“衣物的去向”

2009年9月。重访2007年优衣库首次捐赠衣物的尼泊尔。

和少女基塔的重逢。从她身上体现出的“衣服的作用”是什么？和两年前相比，哪些已经改变？哪些尚未改变？

当时的少女、当时的衣服

少女在微笑。她叫基塔。从家人收到的10件衣服当中，她选择了白色。两天后有一个尼泊尔的民间活动，她说要穿这件衣服去参加。除了衣服，我们还把两年前的照片给了她。当时她瘦小的身上穿着一件过大的紫色连帽衫。看到自己两年前的照片她害羞了。她还记得，记得自己对收到的衣服的感情。

基塔的父亲在逃出不丹的时候后背被类似鞭子的东西打伤了脊髓，无法活动，哥哥又是个智障。在难民中他们家的环境算是最糟糕的。上次也是优衣库CSR部的Sherba英子给他们送衣服，对她来说，小女孩也是她印象最深的难民之一。

“两年前的事情基塔记得非常清楚，对我也有点印象。两年前她还是个天真的小女孩，现在已经是14岁的小大人了，真让人感慨。”优衣库两年前送去的衣物，她妈妈都收了起来，留着出门的时候穿。

他们连平常穿的衣服都不够，却非常珍惜地要把衣服留到重要的日子才穿。这次也一样，她从收到的衣服里挑了自己喜欢的，马上穿给我们看。

衣服的作用不只是御寒、防暑。身穿白色衣服的小女孩灿烂的笑脸告诉我们的这个道理，让我们受益匪浅。

优衣库送去的衣服一直穿到已经破旧不堪。

这是2007年之后第二次访问尼泊尔的难民营。熟悉的面孔、熟悉的衣服。衣服都磨破得厉害，很明显他们非常爱惜地在穿优衣库的衣服。第二次故地重游的Sherba英子这次请了一个尼泊尔翻译。她想听到难民们更真切的声音。

“衣物本身还远远不够。我们已经给尼泊尔和难民营捐赠了40万件衣物，但是因为他们平均每人只有3、4件衣服，人们必须把晚

上洗的衣服晾干之后第二天早晨再穿。”

由于数量有限，无法分配给每一个人，总会有人分不到衣物，我们只好按照优先顺序，先发给那些社会上的弱小人群，但是还是有人感到嫉妒、失望。难民营外的当地人的生活也并不轻松，同样有人需要衣服。我们很高兴他们喜欢我们送的衣服，感到很有成就感，但现实不容乐观。今后的课题还很多，答案只有在力所能及、不断积累的过程中去寻找。



优衣库CSR部Sherba英子(中)和基塔(右)

全部商品循环再利用活动介绍

“全部商品循环再利用活动”是从顾客手上募集到的衣服循环再利用的活动，其目的在于彻底地充分利用衣服、消灭浪费。活动始于2001年的“摇粒绒循环再利用活动”，到2006年，再利用对象扩大到所有商品。当初考虑的主要是燃料化再利用，后来，在UNHCR（联合国难民署）的合作下，开始实施向难民营的捐赠活动。由于对衣物需求之大及其重要作用有了新的认识，我们将活动的重心从再利用调整为再使用。回收衣服的约9成捐赠给尼泊尔、埃塞俄比亚和格鲁吉亚等世界各地的难民营。援助活动中，除衣物短缺状况外，我们还对季节因素和需求较多的尺码、由于宗教原因而不喜欢的颜色等与当地文化相关的事项进行详细的调查，最终决定捐赠内容。另外，为防止搬运过程中的失窃和当地的转卖，我们取得了UNHCR的配合，并派员工到当地进行衣物的分发工作。



UNHCR（联合国难民署）介绍

1950年设立的联合国难民援助机构，致力于在全世界保护、援助难民和流离失所者，解决难民问题。1954年和1981年两次获得诺贝尔和平奖。总部设在瑞士日内瓦，在世界各地开展活动。

活动持续过程中发现的课题 自立援助和“第三国定居”

两年后的新气象。“第三国定居”的趋势

在全部商品循环再利用活动的持续过程中，也发现了各种各样的课题，即：如果仅仅停留在捐赠商品的层次上，无法从本质上解决问题。

这次重访的尼泊尔难民营也出现了和两年前不同的局面：迁居美国等第三国，即“第三国定居”的倾向。10万难民中有8万人希望移居，2009年9月中旬已有约2万人前往第三国。在此背景下，在有关机构的努力下，难民营里还逐步组织了一系列有助于他们定居第三国之后顺利生活的自立援助

助项目，如英语教育、编织技术等技能教育、以那些由于文化原因极少有机会和家人以外的人交流的女性为对象进行的在公开场合说话的训练等。通过定居第三国活动的开展，原先死气沉沉的难民营生活明显地出现了变化。

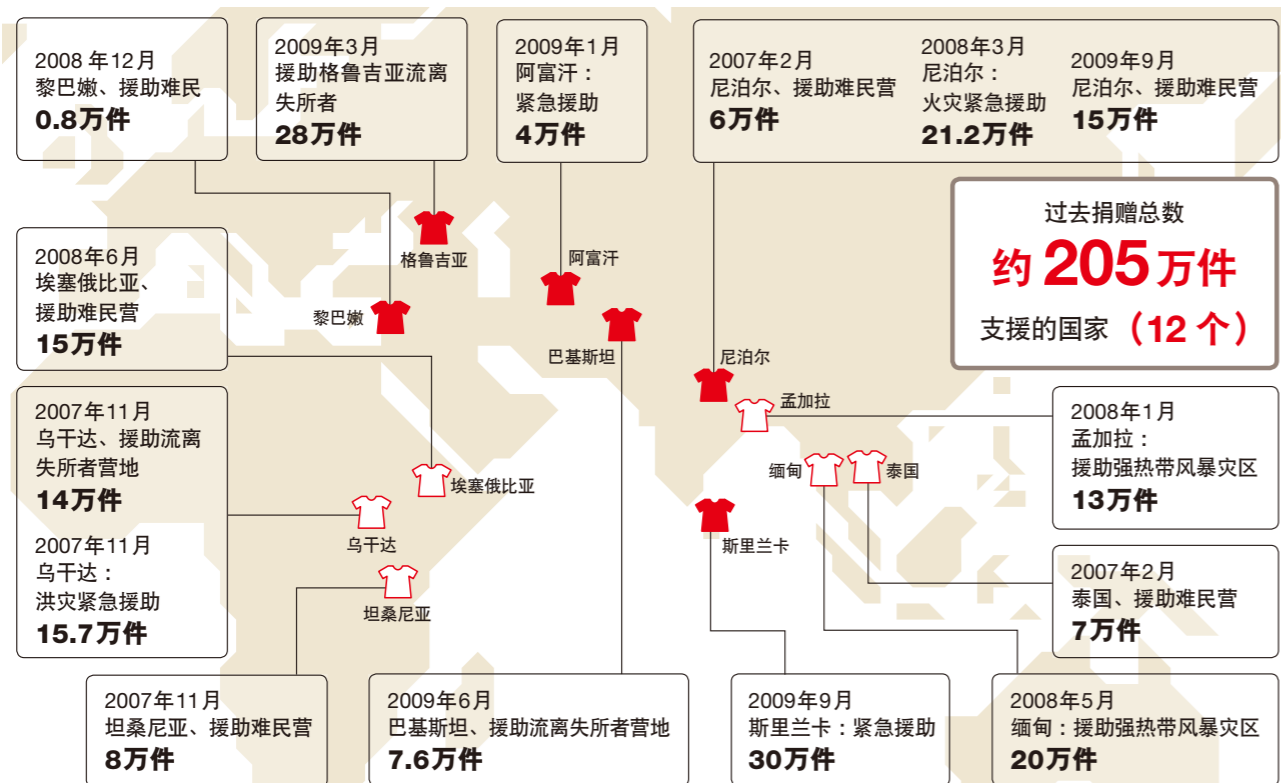
但是，不是所有人都怀着美好的梦想希望移居第三国。也有的人打算如果不能回祖国不丹的话，就一直留在尼泊尔的难民营里。对那些希望定居尼泊尔的难民，以UNHCR及其合作伙伴NGO为主的一些机构已经开始探索让他们和附近居民一起扎根当地、开发产业，和尼泊尔社会共存的可能性。

这些动向和全部商品循环再利用活动也许没有直接关系，但是，在了解当地的真实面貌、倾听他们真实的声音、理解问题的本质的基础上，如希望定居第三国，则应该亲眼看到他们安全到达目的地，这一点同样重要。



编织技术的传承也是自立援助活动之一

过去援助过的国家和地区



A：在决定定居第三国的难民出发前的临时居住地“IOM（国际移居机构）转移中心”见到的妇女。她身穿优衣库的橙色摇粒绒衣服，目光凛然，给人留下很深的印象。她受过很多苦，心里怀着一线希望。她的话很少，她告诉我们说：能够和家人一起去美国，她觉得非常幸福。
B·F·K：优衣库工作人员亲自分发衣物，这样可以听到难民们真实的声音、掌握他们真正的需要。
C·D·E·G·I·J·L：接过新衣服时的笑脸，让我们再次感受到衣服的重要性。
H：对定居第三国之后的新生活的希望，让难民接受自立援助的态度与愿望更加强烈。

走向学校、走向地方。 活动的扩展

和都立高中合作开展高中版的“全部商品循环再利用活动”

全部商品循环再利用活动扩展的不仅是受赠的难民营，和都立高中等教育机构共同举办的活动就是其中之一。今年，我们和东京都教育委员会等机构合作，与3所都立高中一起开展活动。其中，在都立美原高中，作为教学的一个环节，我们和志愿者一起实施了高中版的“全部商品循环再利用活动”。除制作、分发宣传海报和传单外，我们还根据受赠难民营的需要，把衣物分成了男装、女装、夏装、冬装、上装、下装等13个类别。

“这次活动很有意义，它帮助学生了解了难民营的存在，使学生们感受到了本活动的意义，积极主动地加入了进来。同时还得到了和当地的人们接触的机会。”



都立美原高中
副校长
桑原 洋

另外，在实施初中、高中一贯制教育的都立武藏高中，由中学生学生会牵头，把暑假和文化节期间也利用起来开展回收活动。



都立美原高中募集到的衣物共5300件。大家的爱心结出了丰硕的果实。

“开始的时候很担心收不到衣服。可是，放在门口的回收箱总是很快就装满了。我们一次又一次地把装满的回收箱搬进仓库。我们非常期待难民营的人们穿上我们自己募集到的衣服。”



都立武藏高中
学生会会长
冢田 骏太

最后，美原高中募集到了约5300件，武藏高中1721件，募集数量固然喜人，但在和地区社会、和下一代的交往中，我们体会更深的是找到了优衣库今后前进的一个方向。

目标3000万件。全世界难民每人一件

我们一直通过上述的各种形式开展全部商品循环再利用活动。我们的目标是5年后募集3000万件，为全世界的难民（3170万人）每人送去一件。现在每年的回收数量约260万件。为了实现目标，需要充分利用新的网络扩大回收面。2009年，除店铺回收外，在联合国大学大楼前院的“世界难民日”纪念活动和东京女孩时装展演的特别会场、在迅销经营的商业场所、在MINA町田和MINA天神

PHOTO REPORT

优衣库员工实地访问难民营，将顾客捐助的衣物送到难民手中的情景在以下网站也有介绍。该网站以图片为主，报道当地的情况和难民问题的现状。

<http://www.uniqlo.com/jp/csr/recycle/special/index.html>



呼吁回收衣物的海报和活动报告等也是高中生亲手制作



优衣库CSR部的员工向高中生们介绍捐赠对象和衣物发挥的作用。



分类募集到的衣物。由于了解捐赠对象的生活状况，分类时的眼神都很认真。



在世界难民日开展的衣物回收活动中也面向公众进行了呼吁。

附设的活动会场，也开展了衣物的回收活动。

今后，为了让更多的人了解深入全部商品循环再利用活动、让更多的人参加进来，我们将提升活动的层次，组织所有员工了解活动的本质意义，让他们以各种形式自发地行动起来。

COLUMN 01 UT×UNHCR 慈善T恤衫项目

优衣库为了让更多的人了解难民问题，2009年6月，和UNHCR支持者及各界著名艺术家一起制作了慈善T恤衫，在世界各国的优衣库店铺出售，所得款项全部捐赠UNHCR或用于援助难民活动。这里是参加本项目的草间女士和小田先生的和平祝愿。

色彩缤纷的光明未来

前卫艺术家、小说家
草间弥生



你喜欢的、爱的语言。
没有战争、充满自由的将来。
在描绘着粉色水珠的T恤衫上，
写上梦想、和平和自由的信息。
愿这色彩缤纷的光明未来，
带来光辉灿烂的幸福。



为了将来的孩子

歌手、词曲作者
小田和正



我和UNHCR的渊源可以追溯到10年前。UNHCR希望我写一首歌，促使我们的下一代思考难民问题及其解决方案。我创作的“为了将来的孩子”（1979年发表）这首曲子从1999年开始被用作了活动的声援歌曲。我非常希望这首歌能够对UNHCR的活动尽一份微薄之力。

我能为下一代做的事情是有限的，但是我希望今后不断坚持做下去。

COLUMN 02 难民营绽放的五颜六色的衣服

主要在亚洲地区进行摄影活动的自由摄影师LIO先生，在尼泊尔偶然看到屋檐下挂着色彩鲜艳的优衣库摇粒绒衣物。



了解到有难民从秘境之国不丹逃到尼泊尔，于是我前往印度边境附近的尼泊尔东部的难民营。

我一边听难民营的居民讲述难民生活的艰苦，一边在竹子搭建的简陋住房周围走着。这时我看到屋檐下挂着熟悉的橙色摇粒绒衣物。定睛一看，果然衣物上有优衣库的标签。我心想这是优衣库的全部商品循环再利用活动，一问这家的主人，原来很多家庭都分到了衣物。但是他们只知道这些衣物是通过UNHCR从各国送来的援助物资的一部分。“这种摇粒绒衣物是日本的企业优衣库生产的，很多日本人都穿，我也在穿。”我给他们看摇粒绒背心的标签，他们都笑了，答应让我为他们拍照。除了他们和善的表情之外，为了拍出和

他们的生活环境、和他们平常穿着的衣物协调的肖像照，我在他们各自的家门前和室内拍了照。有个男孩拍照时把T恤衫反过来穿，他笑着说：“正面被油漆弄脏了，最近都是反着穿的。”在日本完成了使命的衣服，在这儿受到欢迎，再次温柔地保护着人们的身体，从中我们体会到了衣服的基本功能。为心中怀着无数的失望艰难度日的难民们送去衣物，这表明在日本有人始终在关心他们，这个信息一定比一件衣服带去的温暖更能让他们感到温馨。



摄影师LIO
生于1980年。从1999年开始主要在亚洲地区从事摄影活动，被逆境中顽强生活的人们深深地吸引。近年来，主要在印度、尼泊尔和西藏开展活动。
www.liograph.com



特辑2 残疾人雇用

与残疾人共同工作

世上既有健康者也有残疾人。

因此，我们的职场也应该如此。在日本，优衣库的目标是在每个店铺都要雇用一名残疾人员工，现在，残疾人员工在日本约九成的优衣库店铺工作。

我们的想法是：

在雇用上，我们不应该歧视身体状况不同者。

所有员工应该相互理解。

冲绳县 优衣库 永旺那霸店
上原里惠子 撰写：田口蓝迪 —— 10

大阪府 优衣库 中百舌店
山田哲功 —— 13

山口县 优衣库 宇部清水川店
三浦智惠子 —— 14

东京都 优衣库 浅草ROX店
铃木乡 —— 15



Special Essay

01 就喜欢这样的你

撰写：田口蓝迪

日本全国越来越多的优衣库店铺雇用了残疾人员工。在日本的企业中，本公司雇用的残疾人员工最多，在福利领域，本公司也广受注目。作家田口蓝迪为寻找优衣库残疾人雇用之源而走访了冲绳。她在冲绳遇到了什么？

我一直记得与上原女士相遇之日。

彼此年龄不同，兴趣不同，人生轨迹也不同，可我却一直挂念她。

她是一名失聪者，听不到大家的声音。但她顽强生活，热爱工作，即便辛苦，也笑声以对。

她的如此风姿，让我着迷。我自己也曾遇到生活的烦恼。

虽然残疾人与健康者有不同之处，但是，我希望彼此能共同分享苦和乐。

你与别人不同，但不必刻意求同。只希望大家能互助互爱地共赴人生，……。

一人不可行的事，二个人就可能实现。

这一切看似美梦，却是真实之言。

田口蓝迪

作家。2000年发表长篇小说《插座》（新潮文库出版），走上专业作家之路。其后，又发表了以广泛的人类心理问题为主题的作品。她的近期作品有《改变人生的理想之日》（Basilico 出版）。



虽未能体验残疾之苦， 却可知生存之艰。



雇用身有残疾的人。据说，从公司拿到《残疾人雇用手册》的仪间十里，读后感到吃惊。手册中的内容大都空泛，也没有什么指导方针，似乎把残疾人任意放到职场即可。仪间想“这应该是有问题的”。

最早雇用的残疾员工是失聪者上原里惠子。仪间当时从事上原所在职场的工作咨询。上原那时候很紧张，惴惴不安。看着尽可能地使自己不面对他人而一直默默埋头于用缝纫机修正服装工作的上原的背影，仪间以很难过的心情

照料着她。仪间觉得，上原若始终如此，将无法成为在此工作的其他员工的朋友。如果不更多在人前表现自己，她就无法与大家融洽相处。

“上原，你不要总是不出头露面，应多出现在众人面前。”仪间说。对此，上原显得手足无措。因为，优衣库对上原而言，是到四十岁才首次进入的职场。那个时期，上原因家庭状况之故，必须要有工作。她对优衣库在那时雇用了她这么个有残疾的人，是十分感激的。只要一想到“如果在顾客前出了丑

为了能与上原沟通，仪间提议，其他员工在每天早会时都要学会一句手语。



上原里惠子
失聪者
冲绳县 优衣库 永旺那霸店

“起初害怕顾客。但仪间曾反复对我说‘别怕，别怕’”



仪间十里
冲绳县 优衣库 羽衣 (Haninsu) 宜野湾店

“上原说‘我不能胜任’时，我也曾真地对她发过火。”

该如何是好”她就感到害怕，她觉得，自己到底还是无法像健康员工那样工作。

上原顽强的工作态度，深深打动了仪间。看着默然向着缝纫机工作的上原的背影，仪间渐渐转变了自己最初的想法：“上原不论如何努力，也无法消除身上的残疾。既然如此，健康的员工就须改变自己。”仪间决心学会手语。如果学会手语，就可与上原交谈了，那样，上原也就能更容易地表达她的意思了。利用休息的时间，仪间开始向上原学习手语，并在早上每天向其他员工介绍一句手语。

职场的所有员工都练习手语。此举，给了上原巨大的鼓舞。她觉得大家接受了自己。上原从职场同事那里，获得了在众人面前表现自己的勇气。

上原一直感到自卑。而支撑上原消除掉这种想法的是仪间“坚决与上原一起工作”的满腔热忱。幼时丧父，由母亲辛勤教育成人的仪间，“人与人只有互助才能生存”的想法已牢牢地刻在心里。

随着逐渐可以相互沟通了，仪间与上原彼此了解了对方的人生历程。人人都会有这样那样的苦恼。虽然无法体验残疾人的痛苦，但生存的艰辛却可以体会。大家各有不同，但有一点是相同的，那就是大家都是人。

仪间与上原的交流事迹，渐渐在其他员工中传开。只靠想是想不通的，但是，只要在一起工作，对方的一举一动，相互是可以理解的，这就是人与人的关系。在不知不觉中，大家都学会了手语，上原也可以在人前表达出“我耳朵听不

见”之意而让顾客知道自己身有残疾。这样，整个职场也就成为可同生共存的地方了。

上原说：“身有残疾却难以启齿，这是最痛苦的”。因为残疾也是自身的重要组成部分。

冲绳店成功地雇用了残疾员工的消息，从冲绳传遍日本全国的本公司店铺。公司内部对“残疾人雇用”的理想状态重新进行评估，并完善了相应制度。正是仪间与上原的二人交往，改变了整个公司。迄今，上原已在本公司连续工作了15年。仪间至今依然是她的最好的朋友。

以人性化为原则。这是优衣库残疾人雇用的出发点。

**“身有残疾却难以启齿，
这是最痛苦的。”（上原）**



上原与仪间用手语交谈，真的好“热闹”。即使我们不懂手语，看到这种交谈的情景，也能看出她们正在谈论着有趣的话题。

02

今天也要加油干!

山田哲功
肢体残疾者
大阪府 优衣库 中百吉店

山田起得早，行动快。每天早晨骑自行车骑得飞快，总是头一个到单位。山田已在优衣库工作了12年。通勤时嗖一下穿行于住宅区街的爽快身影，已成为了这一带熟识的晨景。

以前，他曾在自行车厂工作，因想从事顾客接待工作，就转到了优衣库。刚一来时，山田所要面对的问题是人们的“敬而远之”。即使是与同事说话，双方之间总像挡着一堵看不见的“墙壁”。就算不说出“怎么和人接触才好？”，对方的犹豫不决之状他也能感觉到。他想，工作上只要记住工作内容就行。可是，就与对方相互理解而言，没有“特效药”。每次与同事交往时，他都得反复应对。

“没有什么特别，只是我本来就喜欢说话。所以，比如在休息时间，自己也常向人搭讪。”

刚到优衣库工作时的情景，山田至今记忆犹新。“敬而远之”这堵墙的逐渐消失，是山田上班三个月后的事。

即从原来以后台为主的工作渐渐转向顾客接待工作之后，山田向店长提出“也想做收银工作”。

“当时店长看上去非常为难。现在自己想起来，那也是当然的。”

实际干起这工作，发生了什么？

“大大地惹火了客人（笑）。但我还是感到高兴。优衣库首先试试我‘到底能做到什么程度’。当然，有合格的也有不合格的，但我觉得作为一名员工是得到承认了。”

收银台，是接待顾客的最重



要的场所。同时，由于要与钱打交道，顾客的要求也很严。山田一边打着收款机，一边留意观察顾客的表现，作相关统计。

“我统计的是，打出收款条后，到底顾客有多少人查看。”

结果，10人中有8人查看收款条。山田还看到有的顾客甚至不安地反复检查他打出的收款条。

只要做工作，当然谁都会有不快的经历，或者费力之事。不过，这所有的经历，也改变了山田本人。“收款及接待顾客，就是要受‘人们的检视’，这一点，我不得不认可。”

“以前，我总感到世上矛盾太多，性格上较为乖僻。可如今，我却常想自己该怎么做，才能改变现状。你说，现在的我是不是很棒呢？（笑）”

snapshot 山田的工作各种各样



8:30 打开各个收款机，放入找钱用的零钱。



9:00 从纸箱中拿出商品，按不同颜色及尺寸分别挂上衣架。将挂有服装的衣架挂上货架并在店中布置货架。

03

喜欢打扮漂亮的三浦

三浦智惠子（照片·左）
智障者
山口县 优衣库 宇部清水川店

神野洋子（照片·右）
光荣会残疾人就业及生活支援中心
就业支援工作人员



“神野告诉我有关优衣库这家公司的事...。这家公司还有接待顾客的工作。我想我还是别去了。”

三浦辞掉前职，开始寻找新的工作。她打电话给光荣会残疾人就业及生活支援中心的神野，神野那天在电话中感到三浦有点异样，好像不是从前的那个对加倍“工作”充满热忱的三浦了，声音有点无精打采。不过，请等一下。

神野的直觉是：“优衣库，是适合三浦工作的单位！”

神野初次见到三浦，是三浦刚刚辞去前职的事。残疾人雇用支援的区域网络中，也包括 Hello Work 及残疾人职业中心等机构，但神野

所在的残疾人就业及生活支援中心，除了就业支援之外还进行生活支援，这一点与其他机构不同。就三浦而言，神野是最亲近的商谈者。

三浦非常积极地去找新的工作。但对优衣库，起初她并不太上心，有不现实感。三浦原来的单位是一家食品加工厂，没有跟厂外人交流的机会，工作内容也是重复单一的作业。这与每天有各种顾客光顾的优衣库相比，是完全不同的环境。三浦因此而退缩不前也不过分。可是，神野却不这么想。

“首先，她是个爱漂亮打扮的人（笑）。既然是喜欢的事，工作上就能更积极努力。虽然环境变了，

但她已经有长期的工作经验，基本的工作习惯已经养成并懂得职场规矩。所以，我认为优衣库的工作她可以胜任。”

神野帮三浦找工作的过程中，对她深有了解。三浦不仅有能力，还是个人品好、有喜好、想干活的人。

“因为，她对我说没活干就‘没劲儿’时，我也觉得她不仅仅爱打扮呀（笑）。”

三浦终于进优衣库工作了，这里也有神野鼓励帮助之功。如今，三浦比在原单位更加生气勃勃地工作着。她对来店看环境的神野高兴地说：“下一步，我要试试修整裤子的工作。”

“她变得有梦想、有目标了，我觉得她真了不起，虽有残疾却能追求上进，这样的工作环境，非常适合三浦，她很幸运”

如果三浦仅只一人无助，说不定就不会到优衣库工作了。但正是有了神野，三浦梦想实现的可能性大增。

snapshot 三浦要做各种工作



“过去，我基本上不能与他人沟通。听到优衣库招人时，看到有要‘接待顾客’一条，更没有要去一试的心情了（笑）。”三浦活泼地说。



休息时间，在工作人员室。除了工作之外，她向人聊中午饭，讲假日去过哪儿，等等。这一切，在她进入优衣库之前，简直无法想象。

04

在优衣库到稳定为止的艰辛

铃木乡
高度脑功能障碍症患者
东京都 优衣库 浅草 ROX 店

母亲 铃木真弓

铃木乡是铃木真弓的长子，二十岁时遇到事故，但奇迹般地活了下来，约住院一个月。出院时医生说“没有后遗症”，表面上看，他已经恢复到与事故前基本上没什么两样的状态。可是，亲人看铃木乡，却与从前大不相同。刚说的话立刻忘掉，或突然发火，或突然暴躁起来。就这样，在事故发生了四年七个月后，他的事故后遗症被确诊，即，高度脑功能障碍症。

到优衣库面试前，正是他的后遗症被确诊，刚开始要重归社会的时期。他当时的状态还很不稳定。

“他本人也没想去面试，是我瞒着他带他去的。进优衣库工作的前三年，也的确够他受的。”妈妈真弓回顾当时情景时说。

最初，大家连对他通勤也感

到不安。早晨自己去上班，但妈妈真弓让他下班出店铺时，要先发个短信，每天都去车站接他。

还有，真弓后来才知道，儿子参加工作，都过了两年左右，午休时也一直不与同事搭腔，吃完午饭就一个人躲到单间男厕所里，一直呆到午休结束才出来。

“他后来说‘谁要是跟我聊天，我就感到脑子非常疲劳，下午注意力无法集中，所以才那样。’听到这话时我很吃惊。但我认为，也正因如此，由于苦于反复失败，他的记忆力也才一点点好起来的。”

刚工作时，铃木乡为了记住工作内容而写便条，可他当时的状态是，要么把便条弄丢，要么干脆



就忘了曾记过便条这件事。而现在，不论是接待顾客还是试装，整套工作一般都不会因有残疾而不能做。铃木乡能康复如此，当时无论如何也想不到。

关于“高度脑功能障碍症”，不但铃木乡出事故时大家都不懂，即使现在也大都懂。由于是用眼看不出的残疾，很难让周围人理解。铃木真弓现在经常在各地演讲，以便让更多的人对高度脑功能障碍症有所了解。铃木乡及其亲人的探索之路，是这种病患人士的福音之路，也是健康者与残疾人相互理解之路，这条路正变得愈来愈宽广。

snapshot 铃木乡的工作与闲暇



单位地处浅草地区，午饭他大都出去吃，还和经常去的寿司店的老板交上朋友。他一去，店主就亲切地问：“小伙子又来了，还是吃常吃的？”

早上写的便条，内容包括当天的预算、前一天的营业额以及午休时间。比较复杂的商品名称他全都记住。



最大的课题是如何解决“不知道”

株式会社福利 Venture Partners
总裁 大家由纪子

为什么残疾人的雇用率上不去？对此，政府、企业、社会，各有各的课题。但最大的原因即共通课题就是如何应对「不知道」。不论是企业、政府还是普通人，正是由于对残疾人漠不关心，才造成很多不知道之事。现在的日本社会，学校设有特别班，健康者与残疾人接受不同的教育，再看一下社会，「工作的残疾人」很少，接受「残疾人提供的某种服务」的机会非常有限。在这样的社会里，企业及普通人不会切身考虑与「残疾人一起工作」之事，「他们对集体来说发挥不了什么作用」、「他们干不了什么」等单纯的想法似乎理所当然。但真的如此吗？看看优衣库，就知道这些想法是错误的。在优衣库工作的残疾人也一样被视为「一起努力的伙伴」及「重要人才」，他们积极工作在自己

的岗位上。这些所能造就的，不仅在工作内容特性上，而且在「提高充满正义的企业价值」之经营战略中，也都将残疾人雇用考虑在内，我觉得这不是对现场职工的妥协，而是实践的结果。

推进残疾人雇用工作，首先所需的是让人们们对残疾人有所关心。正因如此，我希望优衣库，不局限于自身的成功，还应向其他企业及社会传播这种成功经验。为此，不仅要让残疾人员工做后台工作，还应使其走向店面，活跃于更多人面前。

「有这么多活跃的员工」之事实，也会提高残疾人家属的勇气。

我认为，如果社会上与残疾人融合的机会增加，人们能自然地对他们关心起来，那么残疾人雇用现状也将会改变。



曾在咨询公司任职，后于1999年独立。有幸曾拜见过热心于实施残疾人自立支援活动的雅玛多运输公司原会长、现已逝世的小仓昌男先生，受他“想通过福利与经营相融合多创造出残疾人工作的机会”之影响，于2003年成立了株式会社福利 Venture Partners。

“挑战”是我之乐

轮椅网球运动员 国枝慎吾

初打网球时，我对网球的印象是属于“女子的运动”，另外也受到当时漫画的影响，我更喜欢篮球。但后来我参加了高中的远游，并在旅游目的地首次观赏了职业网球比赛。球员的精湛技艺和气魄，令我震惊。“什么时候自己也能驰骋于这样的赛场就好了”，那时的这个念头我记忆犹新。现在我已经成了职业网球选手，我希望能有更多的人知道像我这样乘轮椅打网球的事情。为此，我也将更

加努力于大赛场，并一直赢下去，吸引更多的关注。同时，也希望孩子们都充满梦想。即使身有残疾的孩子，我也希望他们能勇于进行各种“挑战”。挑战是快乐的。虽有恐惧的时候，但不去挑战就不会成功。能鼓起勇气迈开第一步，极为重要。

九岁患骨髓肿瘤后成为靠轮椅代步的残疾人。2008年北京残奥会获网球单打金牌。2009年4月发表转为专业运动员宣言。这是首名日本人残疾人转为职业球员的宣言。同年8月，与优衣库签约成为优衣库所属职业球员。



特辑3 优衣库商品的生产现场

生产“真正好服装”的现场、 员工及劳动环境

现在，优衣库的商品，是在以中国等亚洲地区为中心的合作伙伴厂家生产的。优衣库与这些合作伙伴，在“提供真正的好服装”这个共同的目标下，跨越文化、语言的障碍，积极进行着各种合作。

为了能向顾客提供安全放心的商品，也要考虑到合作伙伴厂家的工作环境。

生产优衣库商品的海外合作伙伴厂家

优衣库与以中国及越南、孟加拉国等亚洲地区为中心的生产合作伙伴结为一体，为商品的安全管理及生产效率的提高、品质的持续改善而努力。现在，优衣库合作伙伴厂家约有70家。这个数字，与在全球开展业务的其他SPA*相比，属于非常少的。我们并不希望与合作伙伴厂家的关系仅建立在有关交货期及价格的讨价还价上，而是为了向所有顾客提供真正的好服装、给他们送去喜悦而与合作伙伴群策群力，共同成长。我们认为，正是完全共享这一“理念”的戮力同心关系，才是真正的合作伙伴关系。

因此，对合作伙伴厂家，不能只要求其保持商品的安全性及品质，还应要求其改善工厂的工作

环境、让员工安全放心，等等。我觉得，我们的要求之中，也存在着难以立刻实现的、以及厂方单独努力难以解决的课题。

但即使存在无法立刻解决的课题，是可以共同立志去面对并共同努力去解决的。正是与这样的工厂携手努力生产出的商品，才是可放心穿用的“真正的好服装”。

为了工作环境的安全放心

我们认为，为让顾客可放心穿用，不仅要求商品的品质上乘，生产商品的工厂的工作环境也应当合理，这是重要的。从2004年起，以改善工作环境为目的，我们以优衣库的主要缝制工厂为对象，实施由外部专业机构进行审核的措施。

暂不重复强调雇用童工及强制劳动问题，即使是发生过多加班

及连续工作时间较长问题中，优衣库作为下单方有时也有相应的责任。究其原因，可能是因为某种原因导致下单时期过迟而紧急改变原计划，其不良结果波及生产现场所致。对于这样的事例，我们必须加强自身的检查，以杜绝再次发生类似情况。

工厂的工作环境问题，与社会结构紧密相关。单纯地发现问题而加以惩罚，是无法从根本上解决问题的。我们要坚持开展旨在让厂方也能感到好处从而自行努力的对话，其结果，也能延展至可为社会做出的努力上。若非如此，问题就得不到根本解决。以上，就是我们的看法。

※SPA：Specialty store retailer of Private label Apparel的缩写，直译为自有品牌服装专业零售商。SPA将材料采购、策划、开发、生产、物流、销售、库存管理等从生产到销售的所有环节统一进行的一种模式。而其商品的生产，一般委托给其他厂家。



为加强质量管理及提高质量，从日本向合作工厂派遣被称为技术顾问的熟练技术人员。技术顾问除传授技术外，在于工厂建立信任关系方面，也发挥着重要作用。



正在生产优衣库产品的合作工厂的厂内情景。优衣库的相关人员还定期走访工厂，与合作方展开对话，发挥双方的智慧。

优衣库的成绩与不足

2009年、制定新的审核标准

优衣库根据“关于生产合作伙伴的行为准则 (CoC)”对主要缝制工厂的劳动环境进行审核，审核结果按照本公司的标准 (A~E) 进行评判。如发现雇佣童工等特别严重、恶劣的情况，评判为 E 级，立即修改交易状态。另外，对评判为 C 级、D 级的工厂采取严格措施，在指导工厂整改的同时，以跟进审核的形式确认整改效果，如无改进就修改交易状态。此措施自 2004 年开始，至今已实施了 5 年，2009 年，公司制定了较以前更为严格的评判标准。例如，以前公司对雇佣童工和强制劳动最为重视，对其的评判值为最低的 D 级。通过本次的修订，除雇佣童工和强制劳动之外，还增设了其他立即修改交易状态的对象范围。另外，“对工厂工作人员的人权、安全以及周边环境造成重

大影响”的任何情况下，均作 D 级评判。针对标准的修订，为了使所有合作方了解变更内容，公司面向工厂经营者和负责人组织了数次说明会，对本次修订的要点和审核的意义进行了详细的说明。

审核结果

2009 年 6 月~8 月，按照新的标准对 99 家合作工厂进行了审核。结果，截至 2009 年 8 月，虽然 E 级评判的工厂为零，可是 C 级评价最多，达到了 54 家，D 级

评判的工厂为 16 家。

另外，在新的审核标准实施之前的今年 4 月，由于发现雇佣童工现象，对相关工厂作了修改交易状态的处理。优衣库认真对待审核结果，与合作工厂共同努力防止类似事件再次发生、改进现状，同时，随时对外公开审核结果。

※行为准则：Code of Conduct。优衣库针对禁止雇佣童工和限制加班时间等制定了“关于生产合作伙伴的行为准则”，与合作的缝制工厂之间交换了誓约书。



为优衣库生产商品之人

优衣库不仅注重优衣库商品生产厂家的的工作环境，还关心在该厂工作的员工的生活环境。这里介绍一下广东省东莞市某工厂的事例。

员工

在广州等离市中心较近的工厂工作的员工，约八成是来自外地的务工人员，他们离开家里人住在工厂的宿舍。有的员工每到周末，都必须跟家里通电话。



伙食

员工们的早中晚餐，大都在厂内食堂吃。饱饱地吃上一顿午餐，只花约 2.5~3.5 元，折合 35~50 日元。

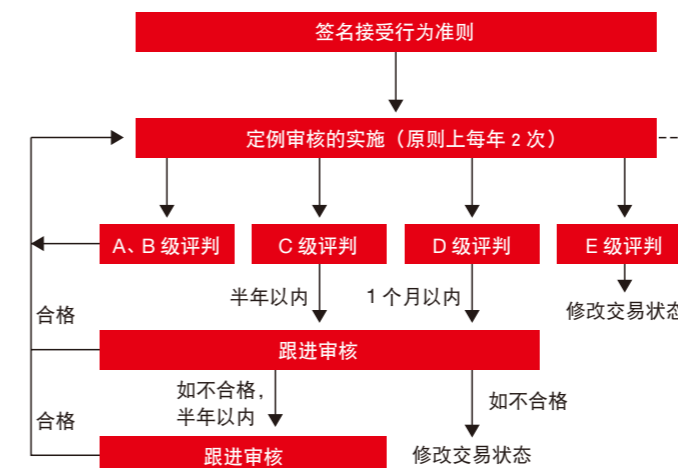


宿舍生活

宿舍房间面积平均 25 平方米。每间宿舍设六张单人床。由第三方单位对工厂监察时，宿舍内部环境也列为检查对象。



新标准中有关审核的规定及定例审核的结果



2009年8月底的定例审核结果 (2009年6月~8月实施)

评判	内容	工厂数
A	未发现问题	9
B	发现轻微问题 1 件以上	20
C	发现严重问题 1 件以上	54
D	发现极其严重问题 1 件以上	16
E	应作立即修改交易状态处理的极其恶劣和严重问题	0

2009年度 (2008年9月~2009年8月) 发现的 D 级评判及导致作修改交易状态处理的性质极其严重的事例

D 级评判的具体事例

● 强制劳动

发现一家工厂给共有 15~20 名员工的生产线仅发放一张允许上厕所的许可证，限制员工自由上厕所的权利。要求该工厂立刻整改，并以跟进审核的形式确认了整改效果。

● 连续劳动

在抽样调查的员工中，发现最长有人连续上班 37 天。因此，责成该工厂立刻整改，CSR 负责人员除定期确认整改状况之外，还将再次实施跟进审核。

● 员工安全保障

发现宿舍楼三楼的两个紧急出口中有一个上了锁，未能确保员工在紧急情况下的安全通道。因此，责成该工厂立刻整改，CSR 负责人员除定期确认整改状况之外，还将再次实施跟进审核。

导致作修改交易状态处理的性质极其严重的事例

※ 此事例是在审核标准修改前 (旧标准) 的定例审核中发现的，其评判等级相当于新标准中的 E 级。

● 雇用童工

在定例审核中抽样调查的 25 名员工中，有 3 人未满 16 周岁 (15 岁 2 人，14 岁 1 人)。另外，在确认员工的人事档案时发现 10 人没有身份证复印件，无法确认年龄。于是，要求该工厂一次性向他们支付到满 16 周岁为止的相当于最低工资标准的金额后，让他们暂时退职，并要求该工厂提交已按要求支付了上述金额的证明材料。关于对上述要求的执行情况，2009 年 4 月底迅速实地走访该厂时进行了确认。另外，对该工厂做出了停止合作的处理。

● 虚假报告

在定例审核中，发现生产现场的劳动时间记录和人事部门提交的劳动时间记录不一致。人事部门提交的时间记录比生产现场的短，而走访员工得到的结果和生产现场的记录是一致的。其后的调查显示，该工厂在审核实施前曾被发现长时间劳动问题，于是在记录上将 2008 年 12 月的劳动时间缩短，提交了虚假的报告书。报告弄虚作假，被视为性质极为恶劣，等等，我们要求本公司的生产部，重新考虑与该工厂的合作关系。

工厂劳动环境审核的流程

为了保障合理的劳动环境，原则上每年由外部的监察公司进行两次审核。
除工场厂区之外，宿舍和食堂等生活环境也在审核之列。以下介绍劳动环境审核的详情。



01 9:00 首次会议

两名监察公司审核员到达工厂。在首次会议上，和厂长及人事负责人等对一天的检查流程和行为准则、检查要点等进行确认。



02 9:30 审核开始

审核员分为文件检查和工厂现场检查两组，分别开始调查。

03 仓库

现场检查组前往仓库。除材料和商品的管理情况外，纸箱有否倒塌的危险性等关系工人安全的事项也是检查要点。



审核员：“纸箱是不是堆得太高了？”

05 走访工人

为确认工厂在劳动环境上是否存在未被发现的问题，对工人也要进行走访。



审核员：“你们有吃饭和休息时间吗？”

工厂：“有。我们每天都期待午休的时间。”
为保护工人的隐私，听取意见时，在单独房间里进行，其内容严格保密。此外，为避免工人紧张，也可能在工人的工作岗位上，一边闲聊一边问话。

04 工厂内部

在生产线之间穿行，不明情况随时向工厂负责人提问。同时用照相机拍照记录。



审核员：“每个工人都要使用的剪刀等危险物品你们是如何管理的？”
工厂：“为防止丢失，都用绳子固定在桌子上。另外，工作结束之后，我们把每套工具集中放置进行保管。”



06 紧急情况下的员工安全保障

确认紧急情况下的安全措施，如急救箱和灭火器是否放置在必要时立刻可以使用的位置。

工厂：“我们在多处设置了急救箱，灭火器也定期进行检查。”



07 12:00 食堂

前往午休时间的食堂检查厨房的卫生管理、食材的保管情况。



实际启动报警铃，确认报警声是否响起、应急灯是否正常。



审核员：“灭火器箱不能上锁，这样才能保证马上可以取用。”

10 16:30 总结会议

审核员告知工厂审核的项目、内容，结束审核。

审核结果随后按照优衣库的标准分5级进行评判，告知各工厂。

09 文件检查

现场检查组详细检查工厂内部的同时，文件检查组确认人事、工资等文件。最后和现场检查组会合，核对和走访内容之间是否存在矛盾。



08 宿舍

不仅工厂内部，宿舍环境是否安全、卫生同样重要。



超越国界、超越文化、超越立场， 共同思考、共谋发展。

合作伙伴工厂、优衣库生产负责人、CSR负责人一立场各不相同的三方通过相互合作、谋求共同发展，积极推进以改善劳动环境等为目的的CSR活动。

工厂

CSR 活动将提高工厂的 竞争力

合作工厂总经理

我们希望和优衣库共同积极推进 CSR 活动，进一步提高工厂的竞争力。在工作环境的完善、工资和劳动时间等方面，我们已经一步一步地做了很多力所能及的工作，结果我们发现员工的忠实度显著增加，工厂的社会地位也明显提高。工厂所在的山东青岛市周边地区，本地员工人数很多，他们在本公司学会技术、长期工作，既为当地社会做出了贡献，同时熟练工人的增加客观上又能提高工厂的竞争力。我们希望通过 CSR 活动的开展，实现良性循环。

工厂

CSR 活动不是成本， 而是投资

合作工厂总经理

我们对 CSR 活动的认识和优衣库完全一致。集团最高领导层特别强调 CSR 方针的重要性，亲自挂帅，这一点也和优衣库完全相同。虽然在活动的推进过程中有时会遇到问题，但是我和优衣库的生产组一道，不断调整，制定出双方共同受益的切实可行的生产计划。我们认为，CSR 不是经营的成本，从长远的角度来看，是对社会和人的投资。这个观点和我们的与顾客共同生存、共同成长的企业愿景不谋而合，同时也是我们通过和优衣库的合作学到的理念和经验。

当地
事务所

自主活动是 CSR 的关键

株式会社优衣库上海事务所
所长：岛田朋雄

CSR 活动中最重要的是由合作伙伴工厂自主开展活动。不能因为优衣库是大客户，或者为了对付审核而敷衍了事，必须认识到通过 CSR 活动，工厂的地位才会得到提升，才能生产出优质的商品，这才是关键所在。开展 CSR 活动的确会花费一定的成本，但是，那些勇于发起挑战、管理水平得到提高的企业，结果都取得了很大的发展。如果始终不敢面对眼前的课题，企业就无法发展。我们非常高兴地看到，和优衣库一道积极面对 CSR 活动、自主开展活动的经营者越来越多。

CSR
负责人

只要脚踏实地，问题终将解决

株式会社迅销 CSR 部
部长：新田幸弘

我们定期指导合作伙伴工厂进行改善。对各位经营者来说，的确费时费力，但是，审核的目的并不是为了指出问题、批评责难，而是为了寻求提升工厂层次的方法。即使是无法马上解决的问题，只要脚踏实地地耐心工作，就一定能找到解决的办法。实际上，由于优衣库订货的工厂拥有稳定可靠的产品质量和 CSR 管理，其中有的甚至还得到了世界顶级品牌的新订单。对合作伙伴的成长我们感到非常高兴，我们希望和我们一起齐心协力，不断追求更大的发展。



集团实施的 CSR 活动

Contents

满足顾客的需求 ·····	25	遵纪守法及 CSR 管理 ·····	32
与交易方实现双赢 ·····	27	关于迅销集团 CSR 的基本思想 ·····	33
和地区社会共同行动 ·····	28	迅销集团简介 ·····	35
与员工共同发展 ·····	29		
环保活动 ·····	31		

Data 01

满足顾客的需求

向所有的顾客提供真正的好服装

基本方针

迅销除商品、卖场、服务、交流等销售相关的活动之外，在组织体制建设、经营计划及其他各种经营政策的实施中，同样秉承“站在顾客的立场上”的经营理念，在经营活动中始终不忘贯彻这一理念。

11万9213件 顾客呼声

活用顾客呼声

迅销设立了电子邮件、电话、传真等方式的顾客窗口，一年365天接受来自顾客的咨询。另外，在优衣库店铺，积极向顾客发放“有关服务的问卷调查表”明信片，以直接听取顾客的呼声。

收到的顾客意见由CS推进部归纳汇总，迅速向相关部门及经营领导报告，同时，对需要答复的意见，迅速地做出答复。



迅销的顾客服务中心

709人 CS人员获奖人数

旨在提高顾客服务质量的措施

优衣库为了提高CS（顾客满意度），采取了各种措施。我们制定了表彰制度，在店铺中，将所有店铺每天顾客对店铺或员工的夸奖换算成分值，通过“CS员工奖”及“CS店铺奖”等方式对员工或店铺每月进行表彰。2009年度，709名员工和397家店铺受到了表彰。受到表彰的员工在工作中成为其他员工的榜样，以此进一步提高顾客满意度。

建立商品至顾客手中为止的完善的质量及安全管理体制

优衣库在美国、欧盟等国家和地区也开展业务，选择各国所定安全标准中最严格的安全标准，作为“优衣库的全球质量及安全标准”。关于这些标准，我们以公司总部及上海事务所的生产部“质量及安全管理负责人”为中心，与各生产厂家相合作，对所有优衣库商品是否达标进行确认。我们正在完善这样一种体制，即，将确认的结果信息共享于各相关部门，并由“商品质量顾客对应部”负责，尽可能地完满地回答顾客

日常的相关咨询。另外，将“安全报告”每月发至全公司各个部门，以利于负责商品工作的人员得到启发及质量改进。

由第三方机构实施数次有关安全性的质量检查

对商品生产所需的所有原材料，都由第三方官方检查机关等单位进行“抽样检查（染色坚固度检查※1、甲醛检查※2等）”，以确认其安全性。另外，批量生产时，除实施“主生产检查”之外，工厂出货时，对所有商品进行“出货前检品”（包括针、危险物品的混入）。而且，与第三方官方机关相合作实施“出货前监察”，以确认生产合作伙伴工厂是否切实进行了产品检查。另外，商品搬入仓库之后，除在仓库进行“部分商品检验”之外，还委托第三方机构进行“抽样检查”。

※1 染色坚固度检查：指对经染色的商品的固有耐久性进行检查。
 ※2 甲醛检查：甲醛作为防止缩水的防缩剂、防皱剂及柔软剂用于天然纤维的加工生产。对皮肤敏感者等人士，甲醛有可能引发湿疹、皮炎或皮肤过敏等症。

31人 技术顾问人数

保证品质和安全的“技术顾问制度”

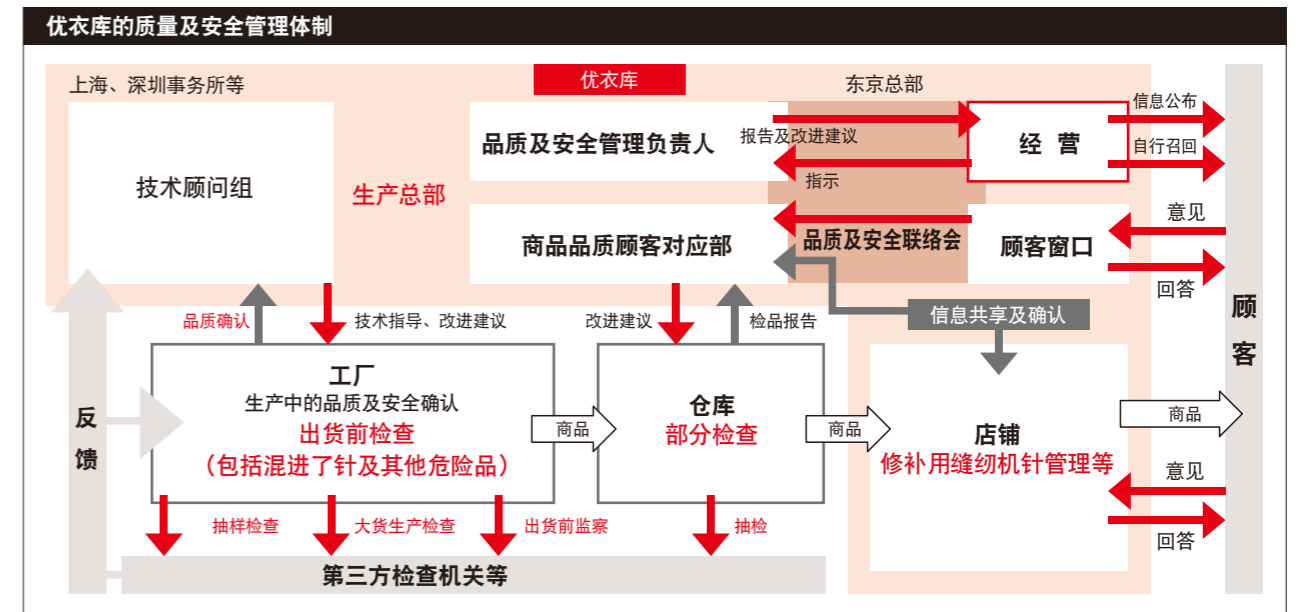
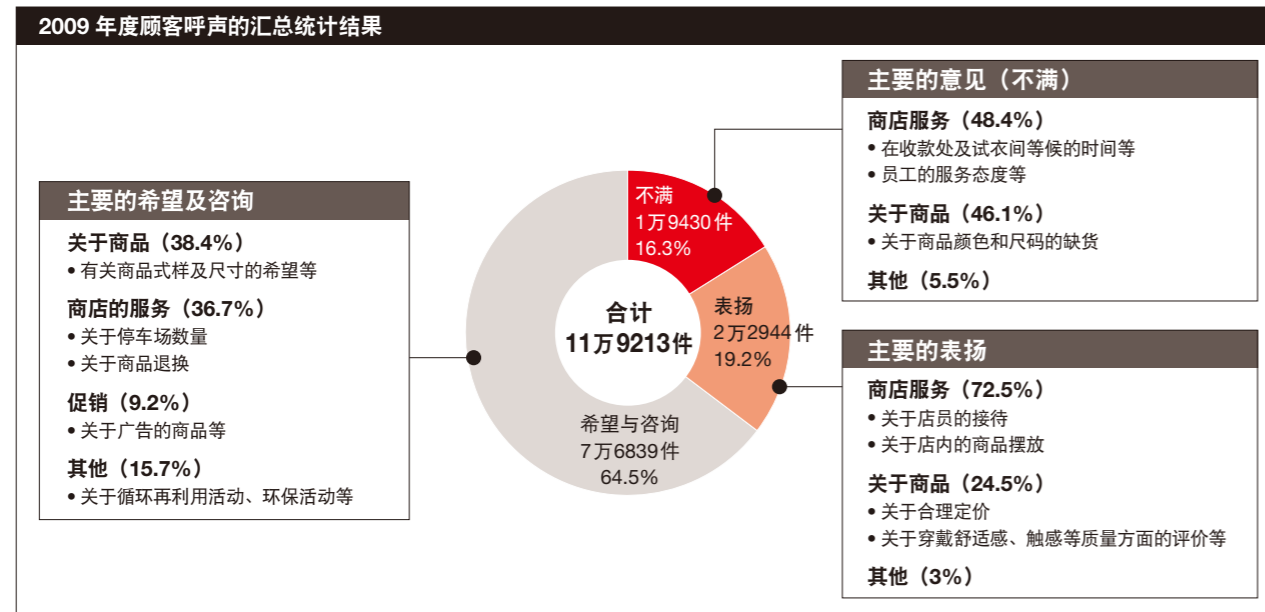
优衣库从2000年开始，向各地的工厂派出了一大批技术顾问。这些技术顾问在世界闻名的日本纤维产业中积累了长期丰富的经验，由他们在生产现场进行技术指导、工序管理、人才培养。他们分为材料顾问和缝制顾问，现在共有31名技术顾问在中国等生产地区开展技术指导活动。

1件 自行召回件数

自行召回件数

在株式会社 GOV Retailing 出售鞋类商品的各家店铺、以及株式会社 GOV Retailing 的批发商株式会社 Cabin 出售女士服装的“enracine”店铺中销售的女士长靴发现问题，对相关商品进行了自行召回。生产工序中临时固定鞋底的金属件没有取下，造成鞋底内侧出现铁丝状突出物。已确认在店铺和仓库库存商品8383双中有5件存在该问题，该商品已售出的数量为4812双。

在这次的召回中，发现原因在于和交易方的交流出现错误。为防止类似事件再次出现，需加强和交易方的对话，同时建立更高标准的品质安全管理体系。今后，包括集团公司在内，我们将继续努力防止类似事件再次发生、进一步强化品质管理体系。



Data 02

与交易方实现双赢

与“交易方”建立起更加良好的合作伙伴关系

基本方针

迅销在经营的应有状态、企业的交易姿态、对产品的思考方式等所有的企业活动方面，努力追求“正确”。作为企业，我们不仅要遵守法令，力求公正，还要要求我们的每一名员工及交易方的行动做到“正确”无误。

对合作伙伴工厂的劳动环境进行审核

优衣库和中国、越南、孟加拉等亚洲地区为主的约 70 家生产合作伙伴一道，努力提高商品的安全管理和生产效率，不断追求高品质。另外，定期进行审核，确保商品在合理的环境下生产，不断改善，同时对外公布相关信息。（详情参照专题 P17 ~ 23）

45件

提交企业交易伦理委员会的
审议件数

设立企业交易伦理委员会

优衣库为与交易方建立起对等而友好的合作伙伴关系，于 2004 年设立“企业交易伦理委员会”，作为行动准则制定了《关于防止滥用优势地位行为的指导方针[※]》。其目的是为了杜绝与企业身份不相称的行为，增强员工意识，不断调整企业行为。从 2009 年开始，委员会开始以整个集团为对象开展活动。委员会以 CSR 部负责人为委员长，主要成员还包括常务监查董事、外聘监查董事、法律顾问和公司内相关部门的负责人。2009 年度，共对 45 个案例进行了审议。具体审议内容为：是否存在单方面停止交易或减少交易、发生纠纷时所涉及费用的负担比例是否存在不公平等。

进行审议时，听取本公司和交易对方双方的观点，对事实关系进行调查之后，提交委员会审议，并告知审议结果。

[※] 优势地位的滥用：指的是利用自己在交易中的优势地位，压制对方，强迫对方接受在公平交易中不可能成立的对一方不利的交易条件。



217件

问卷调查收回件数

实施交易方问卷调查（第六次）

迅销以所有部门为对象，每个季度进行一次有关是否与交易方存在纠纷的调查。另外，以交易方为对象，从 2003 年开始每年实施一次问卷调查，对交易内容及我们的相关领导及员工是否出现过行为方面的问题进行确认。

2009 年度交易方问卷调查结果

- 实施期间：2009 年 8 月~ 10 月
- 对象：迅销及优衣库的主要交易方
- 问卷调查收卷数：日本国内 202 个单位中的 134 个（收卷率为 66%）
海外 135 个单位中的 83 个（收卷率为 61%）
- 对象：迅销及优衣库的主要交易方
- 问卷调查项目（例）
 - 关于本公司员工的态度及行为等（有无收取回扣行为、面谈时的礼节等）
 - 关于交易时的行为（有无变更合同条件、有无设置合同之外的交货期、要求减价等行为）
- 问卷调查结果的具体评价事例
 - 面谈时大多穿着随便。
 - 有时单方面决定面谈时间、或不约定面谈时间。
 - 现在，环保和保护人权是企业的责任，除了提高商品质量和安全性之外，双方应该共同前进，追求更高层次的企业活动。



Data 03

和当地社会共同行动

与“当地社区”和谐发展

基本方针

迅销以“作为秉持崇高伦理观的地球公民而努力实践”为行为规范，致力于对国际社会所面临的课题及地球环境也有所关注的实践，努力促进社会的和谐发展。

7万1102棵

植树棵数

支援“濑户内 Olive 基金”

NPO 法人“濑户内 Olive 基金”是以安藤忠雄和中坊公平为倡导者于 2000 年起步的 NPO 活动组织。该组织的目的是，以产业废弃物非法丢弃事件受害地丰岛等濑户内海的各岛屿及沿岸地区为对象，开展促进这些地区重现丰富大自然的活动。优衣库从 2001 年开始，在店铺开展募捐活动。另外，从 2003 年开始，在丰岛开始了橄榄树等的植树和维护志愿者活动。到目前为止，来自全国的员工共计 700 人次参加了志愿者活动。2009 年，除橄榄树植树活动之外，还开始进行除草、海岸清扫活动、樱花行道树的修整、闲置耕地的水稻种植等更加扎根于当地的志愿者活动。

所收顾客捐款状况及活动业绩简介

捐款累计额：1 亿 3438 万 3335 日元
植树棵数：7 万 1102 棵
2009 年度资助团体数：41 个团体（截至 2009 年 8 月末）

支援“日本特奥会”活动

特奥会（SO）组织，是一个为智障人士参与各种体育活动以及为其组办展现成绩的运动会（特奥会）而设立的国际组织。优衣库从 2002 年开始，作为 SO 日本总部的正式合作伙伴，向该会提供志愿者制服及志愿支援特奥会运营。



2009 年度，为出席爱达荷冬季冬奥会的日本代表团 87 人提供了官方制服。为了适应冬奥会的需要，捐赠了包括高保暖的长外套、Heattech Inner 和摇粒绒在内的共 9 种商品。另外，公司员工还作为志愿者参与了大会的运营活动。

448人

参加志愿者活动的总人次

员工志愿者活动

迅销于 2004 年成立了志愿者组织“优衣库志愿者俱乐部”，其目的在于使员工自发地参加社会贡献活动。

为了便于员工积极参加志愿者活动，公司通过邮件杂志的形式为员工提供志愿者活动信息，并提供活动经费补贴。

迅销志愿者俱乐部概要

- 参加对象
 - 迅销下属的所有员工及其家属
- 为员工提供的活动补贴内容
 - 提供志愿者活动信息
 - 志愿者活动经费补助
 - 参加志愿者活动时的交通费 80% 补助

紧急灾害时的支援

迅销从 2001 年开始，一直开展通过捐款和捐赠衣物向受灾者提供支援的活动。

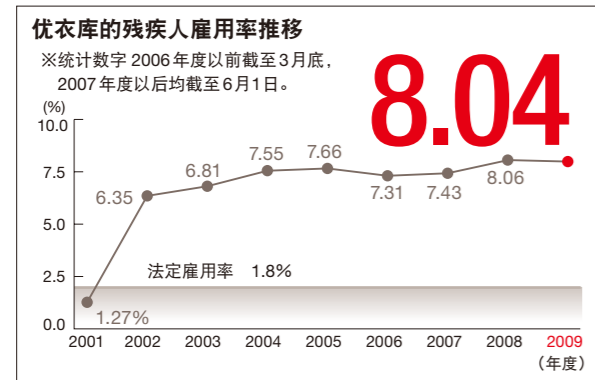
2009 年，公司向 9 月底发生的苏门答腊海底地震、菲律宾台风、西萨摩亚地震的受灾灾民提供了共 1100 万日元的捐款和灾区急需的内衣等援助物资。另外，向全国的集团员工募捐，共募集捐款约 80 万日元。捐款通过日本家族计划国际协力财团（JOICFP）、日本红十字会、特定非营利活动法人（JEN）等机构用于援助灾区受灾者。

迅销的目标是，建立易于工作的职场环境，以及员工满意度的持续提高。以尊重每一个人，使公司与个人可共同成长为目标，整顿各种环境，从全球视角出发，努力培养从事革新工作的人才。

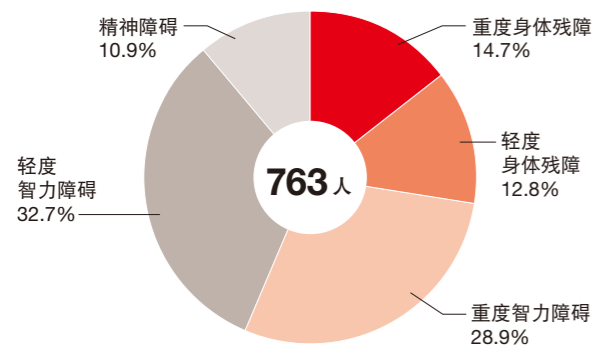
推动残疾人的雇用工作

优衣库从2001年开始致力于以“每个商店至少雇用一名”为目标的残疾人雇用工作。残疾人员工由数名普通员工协助等措施，还可促进提高商店同事之间的协同工作。现在约9成的优衣库商店雇用了残疾人，优衣库全公司的残疾人雇用率为8.04%，远高于法定该比率为1.8%的这一数值。

今后，以优衣库的事例为参考，集团各公司的雇用活动中也将逐步进行下去。



员工残障的种类 (2009年)



145人 育儿休假人数

工作与生活平衡

优衣库支持员工兼顾工作和生活。为了创造公司和个人能够长期持续成长的环境，优衣库修订了育儿休假、看护休假制度，为员工提供能够使他们更加长期为公司服务的环境。育儿休假可以一直休到小孩满一周岁的生日为止，同时，重回工作岗位之后育儿所需的短时间工作可以一直持续到小孩上小学4年级那一年的3月份。

育儿、看护休假人数 (2009年)

	正式员工	其他	共计
育儿休假人数	28人	117人	145人
看护休假人数	1人	0人	1人

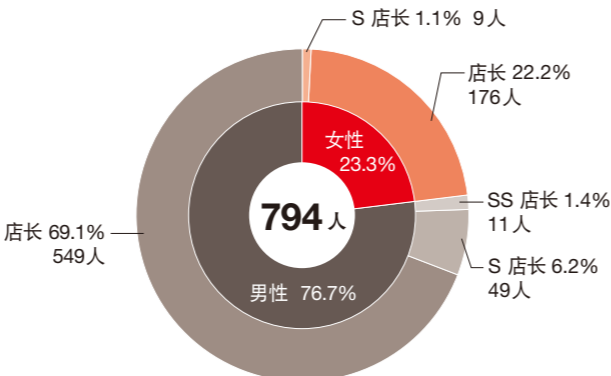
23.3% 女店长的比例

推进多样性

为了让女性、外国人和中途进入公司的员工等能够充分发挥他们的能力，优衣库在公司总部推动促进多样性的活动。

另外，在优衣库的店铺中，为了便于女店长的职业发展，2004年开始了“女店长培养项目”，定期召开也有男性员工参加的“女性论坛”，还发行了介绍全国各地女店长的手册“Style”。

店长的男女比例 (2009年)



※ SS (超级明星店长)、S (明星) 店长：比普通店长职权大。他们选用能对全店铺成为模范，对全公司产生好影响的优秀人才。

不少于13个国家 员工国籍

200人 全球经营者培养目标人数

积极录用外国留学生

随着业务的全球化，迅销除日本以外，还雇用了拥有美国、英国、法国、加拿大、俄罗斯、中国、韩国、新加坡、泰国、尼泊尔、越南、蒙古等不少于13个国家国籍的员工。

另外，为顺利地进行公司内部交流，公司还推进了工作环境的全球化，在发放给全体员工的资料中添加英文版本，举办英语、汉语等语言的进修等。

人才培养

迅销设立了以培养全球化经营者为目的的机构“迅销管理创新中心”。通过这一全新的举措，不分国籍，录用全世界的优秀青年作为将来的经营骨干候选人，目标是培养出200名全球经营者。公司随时考察经营人才候选人的成长，为他们提供适当的机会，促进他们自发的成长。

另外，优衣库于2000年成立了以面向员工的人才开发和教育为目的的“优衣库大学”。该校根据优衣库商店及总部所需的人才种类，开展新店长进修、服务进修和职业发展进修等，为提高员工的职业技能提供有系统的支援。比如，让员工独立成立公司作为优衣库特许经营商店开张营业的“员工特许经营制度”，比普通店长享有更高的权限的“超级明星店长制度”等，运用了适合每个人事业发展的制度。

每周4天 无加班日

推进无加班日制度

优衣库为了减少长时间劳动，提高工作效率，在公司总部，设置了每周4天的无加班日。

除定期倡议在全公司推广这一制度外，还以加班多的部门及个人为对象，实施个别指导。

另外，以正式员工为对象，除原本的普通带薪休假之外又设定了全年16天的特别休假制度，并推动员工有计划地取得该休假的工作。

在员工健康管理方面，每月通过邮件发送健康相关信息，开设健康咨询室。另外，在心理健康维护方面，我们采取了设置公司外咨询窗口的措施。

优衣库大学的主要课程

- 新员工进修 (对象：新员工 / 时间：进入公司时 / 3次)
- 地区员工进修 (对象：地区限定正式雇员 / 时间：录用时 / 2次)
- 店铺管理者进修 (对象：店长 / 时间：升任店铺管理者时 / 2次)
- 新店长进修 (对象：新店长 / 时间：升任店长时 / 1次)
- 招收新员工的店长进修 (对象：任命为招收新员工的店长时 / 时间：招收员工时 / 1次)
- 店长进修 (对象：所有店长 / 时间：半年 / 1~2次)
- 新人SV进修 (对象：新人SV / 时间：升任SV时 / 2次)

386件 工伤

工伤

优衣库始终呼吁员工在上下班途中和工作中注意避免受伤或发生事故。本期发生上下班途中事故116起，工作事故270起。工作事故的发生最多的是在修改商品时使用缝纫机造成的，共有38起。今后，将继续通过内部通告和店长进修等形式，定期呼吁员工引起注意，力图防止类似事件再次发生。



迅销遵守环境相关法令，重视对国际社会面临的课题及地球环境有所关注的行动。我们认为，作为企业，要将环境负荷控制到最小限度，首先能做到的是经营效率化。我们要经常思考业务中是否有所浪费以及如何能以最低限度的资源提供出最大限度的附加价值。

对合作伙伴工厂的劳动环境进行审核

迅销在从商品的策划、生产到物流、销售、报废为止的 SPA 的所有过程中，根据 2007 年制定的环保方针，全力降低环境负荷。另外，像 2006 年开始的优

衣库全部商品回收再利用活动这样的、通过公司的业务活动、和顾客携手进行的环保活动还将不断推进下去。

环保方针请参照网站。

<http://www.fastretailing.com/jp/csr/environment/policy.html>

优衣库事业中的努力和主要的环境负荷项目*

A 倾注商品中的环保意识

优衣库使用最先进的面料生产服装，并通过这样的服装为人们舒适的生活做出贡献，这也体现了我们对环保的重视。

B 工厂出货时的相关努力

优衣库努力减少工厂出货时为保持商品质量而使用的聚乙烯袋的数量。2009 年度减少了 2736 万只包装袋。

C 在物流上的节能及节省资源活动

优衣库为了建立高效的物流体制，经常对物流过程进行调整及改进。而且，为了提高物流中的装载效率，对商品配送用纸箱的重量进行了重新规定，使之达到轻量化。

D 办公室的节能及节省资源活动

公司总部引进了 Free Address 制，避免了以往由于部门变更或人员增加等原因导致办公室布局变更而引起的办公用品及资源的浪费。

E 店铺的节能及节省资源活动

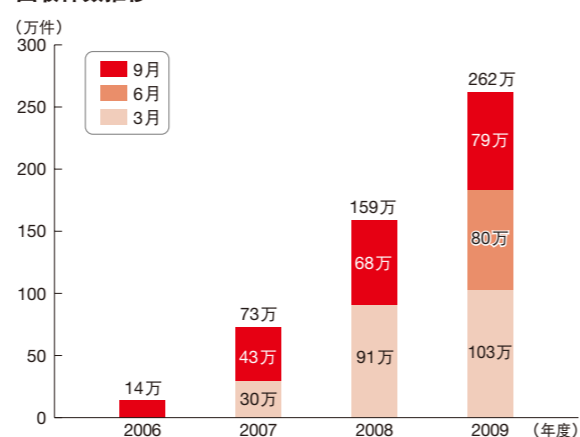
向所有的优衣库店铺发放《店铺节能及节省资源指南》，对用电量等的削减实施彻底检查。另外，在店铺的硬件方面，开始致力于提高空调效率、调整照明设备等方面的工作。

F 全部商品循环再利用活动

在优衣库的店铺中，开展回收顾客不再需要的衣物，进行再使用和再利用的活动。（详情参照特辑 P3~8）。

2009 年 3 月共回收 103 万件，6 月回收 80 万件，9 月回收 79 万件，共计回收 262 万件衣物。

回收件数推移



In 能源及原材料的投入	能源燃料等		国内物流		店铺	
	D 总部办公室	用电量 554 万 9887 千瓦时	煤气使用量 8193 立方米	能源使用量 (热量) 16 万 6166 吉焦	用电量 1 亿 5466 万 9947 千瓦时	容器包装 4600 吨
Out 二氧化碳及废弃物的排放	D 总部办公室		国内物流		店铺	
	二氧化碳排放量 (电力、煤气)	3494 吨 - 二氧化碳	二氧化碳排放量 1 万 1381 吨 - 二氧化碳	二氧化碳排放量 (电力)	6 万 3415 吨 - 二氧化碳	
废弃物及循环再利用	D 总部办公室		店铺		顾客	
	可燃物质排放量 (纸屑等)	391 吨	不可燃物质等的排放量 (废塑料等)	4 吨	一般废弃物排放量 1 万 9485 吨	在全商品循环再利用活动中收到的商品 441 吨

*关于数值数据

●原则上登载 2009 年度的数值。●店铺的数据不包括作为承租者经营的部分店铺的数据。
●总部办公室的数据中，煤气使用量仅为山口总部的数据，其他项目为山口总部及东京总部的数值。

我们在履行企业的社会责任方面，重视遵纪守法，正在建立起可使整个企业的每一名员工贯彻实行的体制。

制定实行为准则 (CoC)

行为准则 (CoC) 已引进到优衣库等迅销集团所属的各个公司。除在刚刚引进时之外，每年所有员工在确认 CoC 内容的基础上，签署一次以遵守 CoC 为宗旨的保证书，力求促进遵纪守法精神切实深入人心。

※CoC 的内容已制作成日文、英文、韩文、法文及中文，在企业内部网络上公开，完善了随时可以确认准则内容的环境条件。

内部统一管理

迅销彻底贯彻明确企业活动基本方针的“经营理念”、《FAST RETAILING WAY》和明确企业伦理、遵纪守法基本内容的“迅销行为准则”，同时合法、合理、高效地进行业务活动，确立了确保财务报表可信度及企业信息公开的统一管理制度和管理程序。另外，为保障其实施，在本公司自行进行客观的内部监察的同时，迅销集团定期进行风险分析，积极进行风险管理。

详情请参照网站。

<http://www.fastretailing.com/jp/about/internalcontrol/>

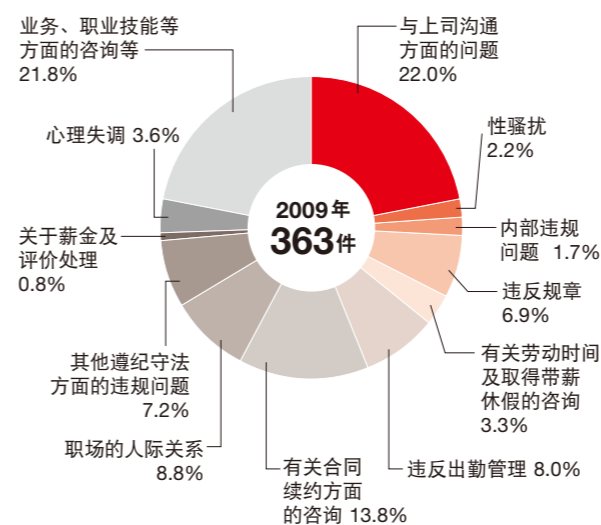
293→363件

热线咨询件数

热线的运用

在集团所属各公司设置了综合窗口 (热线)，可供员工咨询有关工作上的烦恼及违反行为准则方面的问题。对于怀疑违反 CoC 的案例，热线负责人会在保护投诉人隐私的前提下对实际情况进行调查。另外，在 CoC 委员会对每件案例审议具体解决措施。从 2009 年度起，国内集团公司的热线电话通报窗口开始统一受理热线电话，此后，咨询次数比 2008 年大幅度增加。今后，将对集团所有公司公布违反规约事例，积极防范类似事件再次发生。

热线 2009 年度咨询件数及其内容



※数字是日本国内集团公司 (迅销、优衣库、CABIN、GOV RETAILING) 的合计。

建立遵纪守法推进体制

迅销认为“遵纪守法”不仅包括遵守法令，还要使全体员工的行为完全符合道德和伦理。我们努力建立以基于上述理念的相关活动为主轴的公司内部遵纪守法体制。

●迅销“CSR 委员会” (2 个月举行 1 次)

讨论有关迅销集团整体遵纪守法推进体制、社会及环境活动等方面的议题。CSR 部负责人任委员长，由最高经营领导、董事、公司外有识之士等成员组成，每两个月召开一次。

●迅销“行为准则委员会” (1 个月举行 1 次)

讨论有关 CoC 贯彻实施方面的论题。另外，还就热线咨询中的公司内的遵纪守法方面的问题，商讨并提出具体解决措施，以期改进。CSR 负责人任委员长，监察董事、公司外律师等为成员。

●迅销“企业交易伦理委员会” (1 个月举行 1 次)

(有关详情，请参阅第 27 页。)

个人信息保护

迅销 CoC 相关教育中，将有关注意个人信息使用的重要性编入教学内容予以宣传。运用《个人信息使用指导方针》，实施重要个人信息的使用与保管部门需要通过指纹认证才可入内的入室管理制度、设置文件夹访问权限，另外，在每家店铺设置个人信息管理负责人，彻底执行顾客信息的管理制度。

关于迅销集团CSR的基本思想

让世界朝更好的方向发展

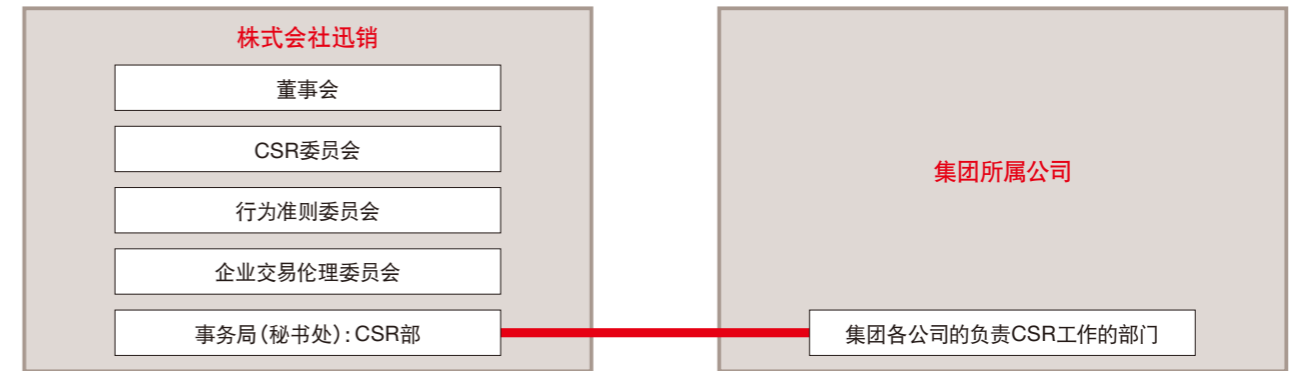
迅销CSR提出的目标是：通过人们生活中必不可少的衣物的策划、生产和销售，“让世界朝更好的方向发展”。

为了成为一家为世界不断创造价值的企业，追求正确的经营路线，和社会共同成长，创造新的世界标准，这就是我们的CSR。

为了实现这一思想，我们组织了由经营负责人和公司外部的有识之士组成的CSR委员会，由在集团内部横向开展活动的CSR部牵头，积极动员集团所有公司参与CSR活动。



CSR推进体制



COMPTOIR DES COTONNIERS

Créations Nelson 公司

以无法替代的爱为主题开展活动

Comptoir des Cotonniers 是1995年从巴黎和法国南部图卢兹的服装店发展起来的以“母女”为主题的服装品牌，从2007年起，开始支持国际合作组织“世界医生组织”的活动。“世界医生组织”以伸出援手帮助世界上的弱者为使命，在这些弱者当中，首先受到战争、疾病和暴力伤害的几乎都是妇女和年幼的儿童。2009年，为了减少生育时的母婴死亡率，让孕妇能够免费接受产科紧急治疗，特别对在家出生率达90%以上的尼泊尔的妇女和儿童进行了援助。从2009年4月1日到5月10日期间，

每售出一件Leon T恤衫即向世界医疗团捐赠500日元。您每购买一件T恤衫就可以购买12套在家分娩工具包。Comptoir des Cotonniers今后将继续以母女心连心的无法替代的爱为主题开展活动



PRINCESSE tam·tam PARIS

Petit Vehicule 公司

为了妇女、儿童和受疾病折磨的人们

1985年在法国设立的带有自由之心的女性内衣品牌店。除主要在法国拥有160家直销店网络之外，还在国外通过著名百货店等途径在世界40多个国家的1500家店铺中进行销售。PRINCESSE tam.tam (丹丹公主) 一直向联合国儿童基金组织、艾滋病相关组织、儿童与分享协会 (Enfance et Partage) 等以儿童、病人、女性等为主题开展相关活动的联合国机构及非营利团体提供支援。最近6年中，一直在参与联合国儿童基金的 Les Frimousses de Créateurs (小发明家) 活动。11月，通过拍卖

的方式售出了一批可爱的玩具娃娃，所得款项捐赠给协会。另外，PRINCESSE tam.tam 还一直支持法国 Marie Claire 杂志社主编设立的 Toutes a l'école 协会的工作。他们通过店铺和网站出售每个25欧元的法兰绒条纹衬衫，其中的10欧元捐赠给协会。创始人 Tina Kieffer 说：“妇女们承担着教育孩子的责任，向孩子传授知识，对我们将来的世界是必不可少的。”



LTH

Link Theory 控股公司

作为FTBC的赞助人，开始乳癌防治活动

Theory (希尔瑞) 是为了满足现代女性追求穿着舒适、时尚、性感的日常服装的需求，于1997年在纽约诞生的服装品牌。2008年，Theory 应美国时装设计师协会的请求，为了声援日本妇女的美丽、健康生活，作为日本的 Fashion Targets Breast Cancer (FTBC) 合作伙伴开始了防治乳癌的活动。2008年10月，Theory 创新设计师 Istvan Francer 设计的2款徽标T恤衫和皮包、徽标徽章开始在全国的店铺 (Theory、Theory Men's、Theory Luxe、Theory Petit、PLS+T) 出售，活动所得款项通过捐赠财团法人日本

对抗乳癌协会和“消灭乳癌微笑基金”等机构，被用于乳癌的预防教育、向患者提供信息等有助于改善乳癌医疗环境的目的。此外，配合第7届“东京日本时装周”(JFW in TOKYO) 的召开，为了促进乳癌的早期发现，在主会场东京中城大厦的草坪广场，免费为人们提供了乳腺X光摄影检查。



迅销集团简介

株式会社迅销

迅销是一家以休闲服装品牌“优衣库”为核心，在日本乃至世界市场开展业务的成衣制造零售企业集团。其业务核心优衣库在日本拥有770家店铺，海外拥有91家店铺。作为一家从策划到生产、销售一体化经营的SPA企业，已经确立起一个高收益的商务模式。

迅销的事业包括：在国内外展开的优衣库事业、在国内销售服装和鞋类等的GOV RETAILING、CABIN等国内相关事业、在海外以服装品牌为项目的全球品牌事业。

公司简介 (2009年8月31日现在)

公司名称：株式会社迅销 FAST RETAILING CO., LTD.

成立日期：1963年5月1日

总公司所在地：邮编754-0894 日本国山口县山口市佐山 717-1

东京总部所在地：邮编102-0073 日本国东京都千代田区九段北 1-13-12 北之丸广场大厦
(从2010年2月起为：
邮编107-6231 日本国东京都港区赤坂9-7-1 东京中城大厦)

资本 金：102亿7395万日元

事业 内 容：通过持股与控股对集团全部公司的事业活动进行支配和管理等。

集团 员工 总数：11037名

合 并 销 售 额：6850亿日元

决 算 期：每年8月末

合并销售额、店铺数



迅销集团 CSR 活动的步伐

		迅销集团的行动
2001年	3月	社会贡献室成立 残障人士雇用的推进(设定了优衣库所有店铺每店雇用1人的目标)
	4月	开始援助“濑户内Olive基金”。在优衣库所有店铺设置募捐箱。
	10月	开始摇粒绒循环再利用活动
	12月	通过特定非盈利活动法人JEN向阿富汗难民捐赠AIRTECH夹克衫
2002年	6月	开始援助日本特奥会
2004年	2月	作为国内合作伙伴援助长野世界特奥会 制定“关于防止滥用优势地位行为的指导方针”
	3月	实施“第一届企业交易伦理委员会”
	5月	开始对合作伙伴工厂的劳动环境进行审核
	9月	员工志愿者活动组织“迅销志愿者俱乐部”成立 制定面向员工的“行为准则” 设置“行为准则委员会”
2005年	9月	残障人士雇用优秀企业 获厚生劳动大臣表彰
	12月	迅销“集团CSR部”成立 “第一次CSR委员会”召开
2006年	6月	在优衣库的妇女活跃推进中，获“推进公平企业”东京劳动局长优秀奖
	9月	将摇粒绒循环再利用活动扩大为以全部商品为对象的“全部商品循环再利用活动”开始
	11月	第一期迅销CSR报告发行 获NPO法人合作支持中心主办的“合作大奖”评选活动“合作奖”
2007年	2月	访问泰国、尼泊尔难民营。开始难民援助活动。
	6月	在残障人士雇用中获得内閣颁发的“重新挑战援助贡献奖” 在印度尼西亚爪哇岛中部地震的援助活动中，获得“蓝绶带奖章”
	11月	访问乌干达、坦桑尼亚难民营。捐赠20万件衣物。
2008年	1月	向孟加拉灾区捐赠13万件衣物。
	6月	访问埃塞俄比亚难民营。捐赠15万件衣物。
	10月	全部商品循环再利用活动获得“第五届朝日企业市民奖”
2009年	3月	全部商品循环再利用活动的回收件数首次超过100万件。访问格鲁吉亚流离失所者营地。捐赠28万件衣物。
	6月	在工厂劳动环境审核中导入新标准，并开始实行。
	9月	援助苏门答腊海底地震、菲律宾台风和西萨摩亚地震受灾灾民，提供捐款和救护物资 访问尼泊尔难民营。捐赠15万件衣物。

编辑方针

迅销发行的《CSR报告2010》旨在明确、易懂地阐述本集团事业活动中伴随的社会责任。以本报告为基础，迅销真诚地希望对利益相关者的期待、关心和担心等做出满意的答复。

报告的内容以株式会社优衣库的活动为中心，同时迅销集团希望和集团各公司一道进一步加快活动的步伐。

另外，关于公司信息和补充数据也登载在年度报告和迅销的网站(<http://www.fastretailing.com>)上，敬请一并参阅。

报告对象的期间

2008年9月至2009年8月

※关于本报告书中的数值，如无特别注明，皆以会计年度的实际业绩为依据予以公布。
※特别是，有关重要的报告事项，在可能的范围内尽可能的公布最新的信息。

发行

2010年1月(下次发行预计为2011年1月)

咨询处

株式会社迅销CSR部
FR_G_frgcsr@fastretailing.com

迅销的CSR交流

迅销为了促进和利益相关者的交流，除本报告书之外，还积极地在店铺中发放宣传手册、并在网站上公开信息。

CSR网站

<http://www.fastretailing.com/jp/csr/>



服装的力量

优衣库不定期地在店铺中发放。内容涉及优衣库的CSR活动和各种社会课题等，主题为“通过服装我们能做什么”。其目的是避免单方面地发出信息，通过广泛听取各方意见，重新审视本公司的活动，以便更好地开展下一次活动。

※“服装的力量”登载于上述网站，敬请参阅。



本报告中，不仅涉及了株式会社FAST RETAILING及其集团所属公司过去与现在的事实状况，并包括以截至报告书发行时的计划、调整、经营方针及经营战略位基础的将来的预测内容。由于这些预测内容是基于记述时所获得的信息而做出的假设和判断，如果各相关条件发生变化，则将来的事业活动之结果或现象有可能与所预测的内容不符。敬请广大读者对此予以理解。





株式会社迅销

www.fastretailing.com