



FAST RETAILING CSR REPORT 2012

**세계 어디에서든
그 사회에 인정받는 기업이 되는 것.
이것이 무엇보다도 중요합니다.**

글로벌화가 진행되고 있는 현대는 기회로 가득 찬 시대라고 저는 생각합니다. 인터넷으로 상징되는 커뮤니케이션 수단의 혁신 등으로 이제까지 나라와 나라를 가로막던 강고한 장벽은 그 힘을 잃고, 세계는 평평해지는 방향으로 나아가고 있습니다. 전 세계의 모든 사람이 모든 장소에서 모든 방법으로 경쟁에 참가하며, 능력과 노력 정도에 따라 누구에게나 기회가 열리는 시대, 실력 있는 사람, 노력한 사람이 평가를 받는 시대, 그러한 시대가 점차 도래하고 있습니다.

그러한 세계경제의 지각변동을 배경으로, 역사상 처음으로, 최빈국과 개발도상국이라고 일컬어지는 나라들에서 방대한 수의 중산계급이 탄생하고 있습니다. 중국과 인도, 브라질, 인도네시아 등을 중심으로 앞으로 전 세계에 수십억 명 단위의 중산계급이 탄생할 것입니다. 글로벌화란 그런 의미입니다.

실로 세계가 하나가 되고, 국가라는 틀을 넘어 누구나 자유롭게 활동하는 시대에, 사회는 우리 기업에 무엇을 요구하고 있을까요? 그것은 바로 “사회에 있어 좋은 기업이 되는 것”입니다.

우리가 어떤 사람들이며 무엇을 목표로 비즈니스를 하고 있는지, 우리 회사가 그곳에서 어떤 역할을 할 수 있을지, 그것을 스스로 밝히고 알기 쉬운 말로 상대방에게 전달하는 것. 글로벌 사업에서 CSR(기업의 사회적 책임)의 의미는 여기에 있습니다. 세계 어디에서든 그 사회에 인정받는 기업이 되는 것. 이것이 무엇보다도 중요합니다.

CSR과 비즈니스는 말하자면 수레의 양 바퀴와 같아, 떼려야 뗄 수 없는 관계입니다. 사회에 대하여 책임을 다하지 않는 비즈니스는 있을 수 없습니다. 아울러, 기업으로서 이익을 내지 않는 한, 사회에 책임을 다하는 것은 불가능합니다. 지속성 없는 CSR은 의미가 없습니다. 이를 충족시키기 위해서는 어디까지나 자신들의 본업에 기반을 둔, 다른 기업은 할 수 없는 독자적인 CSR을 추구해 나가는 것이 중요합니다.

‘옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다.’ 이것이 패스트 리테일링 그룹의 스테이트먼트입니다. ‘옷’이 지닌 가치를 통하여 사람들의 생활을 더욱 풍요롭게 하고, 사회를 더욱 좋은 방향으로 바꿔나간다. 이를 바탕으로 FR다운 CSR을 실현해 나가겠습니다. 그것이 글로벌 사업을 전개하는 기업으로서의 의무이며, 일체화되어 가고 있는 ‘세계’라는 하나의 사회에 대한 저희의 사명이라고 생각합니다.



주식회사 패스트 리테일링
대표이사 회장 겸 사장
야나이 타다시

옷의 지원뿐만 아니라, 다양한 과제해결을 위한 다리가 될 수 있도록... 새로운 글로벌 파트너십이 시작되었습니다.

지금, 전 세계에서 약 4,300만 명이 분쟁이나 인권침해, 박해에 의해 강제적으로 피난생활을 하고 있습니다. 또한, 2011년 3월 11일에 발생한 동일본 대지진과 쓰나미의 비극은, 자연재해로 말미암아 대규모 이동을 할 수밖에 없는 세계에 우리가 살고 있다는 현실을 다시금 일깨워주었습니다. 갈수록 늘어만 가는 분쟁과 자연재해를 어떻게 막아내고, 대응할 것인가, 그리고, 이재민의 어려움을 어떻게 하면 경감시킬 수 있을 것인가는 우리가 현재 직면하고 있는 최대의 과제 중 하나입니다.

UNHCR(유엔난민기구)은 난민 보호와 강제적 피난생활을 감수해야 하는 사람들에 대한 인도적 지원 제공의 임무를 부여받아, 각국의 기부자, 그리고 시민사회와 민간기업 등을 포함한 폭넓은 파트너와 협력하고 있습니다. 일본은 인간의 안전보장과 평화구축을 우선 과제로 내걸고, 전 세계의 난민 지원에 중요한 역할을 하고 있습니다. 또한, 일본의 NGO도 저희의 파트너로서 다양한 지원 현장에서 활동하고 있습니다.

2011년에, 주식회사 패스트 리테일링(FR)과 UNHCR이 글로벌 파트너십 체결에 합의한 것을 저는 매우 기쁘게 생각합니다. 이는 UNHCR이 일본 기업과 처음으로 체결한 파트너십이며, 혁신적인 CSR(기업의 사회적 책임) 모델 케이스입니다. 2006년 이후, '전 상품 리사이클 활동'을 통하여 15개국의 난민에게 300만 벌 이상의 의류가 제공되었습니다. 난민에게 양질의 의류를 제공하는 것은 사람에 대해 보호를 하는데 있어 기본적인 요소임에도 불구하고 자칫 간과되기 쉬운 지원입니다. 의류를 통한 지원은 어린이들이 학교에 다니고, 여성들이 새로운 고용기회의 가능성을 얻고, 나아가 지역사회에서 차별 받지 않고 살아가는 데 있어 중요한 수단이 됩니다.

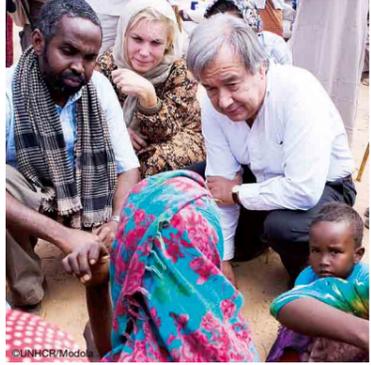
FR과의 활동은 의식 향상을 위한 중요한 수단으로서, 전 세계의 FR 고객이 난민의 상황을 알게 되는 계기가 됩니다. 또한, 의류 기부를 통하여, 난민 한 사람 한 사람의 인생이 호전될 수 있도록 고객에게 호소하는 활동이기도 합니다. 저는 이 프로그램이 전 세계에 있는 유니클로 등의 점포에 확대되어, 진정한 의미에서의 글로벌 파트너십이 되어 가고 있는 것을 기쁘게 생각합니다.

아울러 이 파트너십을 통하여, FR의 스태프가 직접 UNHCR의 활동에 참가할 수 있게 됩니다. 2011년에는 FR의 스태프가 처음으로 약 9만 명의 난민을 수용하고 있는 네팔의 다마크 난민 캠프 활동에 5개월간 참가합니다. 의류 제공뿐만 아니라, FR 스태프의 전문성을 공유하여, 수입을 낼 수 있는 프로젝트 창설도 시도됩니다. 일본에서는 자격을 갖춘 난민이 유니클로 점포에서 인턴으로 일하고, 훈련을 받을 기회가 제공될 예정입니다. 이는 그들이 지역사회로 통합되는 것을 도울 것입니다.

주식회사 패스트 리테일링과 UNHCR의 유니크한 파트너십이 비즈니스계와 난민, UNHCR을 잇는 창조적인 다리로서 전 세계에 확산될 것을 바라 마지 않습니다.

필요한 옷을 갖지 못하는 난민이 있다면, 그것이 단 한 명이라 할지라도 너무 많습니다. 무엇이든 한 가지 시작해 봅시다.

A Message from Our Global Partner



유엔난민기구(UNHCR) 고등판무관 António Guterres (안토니오 구테레스)

2005년 6월, 제10대 유엔난민기구 고등판무관에 취임. 현재 2기째 임기 중.
전 포르투갈 총리 (1995 ~ 2002년)
사회주의 인터내셔널 의장, 유럽 이사회 의장 등을 역임.
포르투갈 난민 평의회 창설자, 포르투갈 리스본 출신.

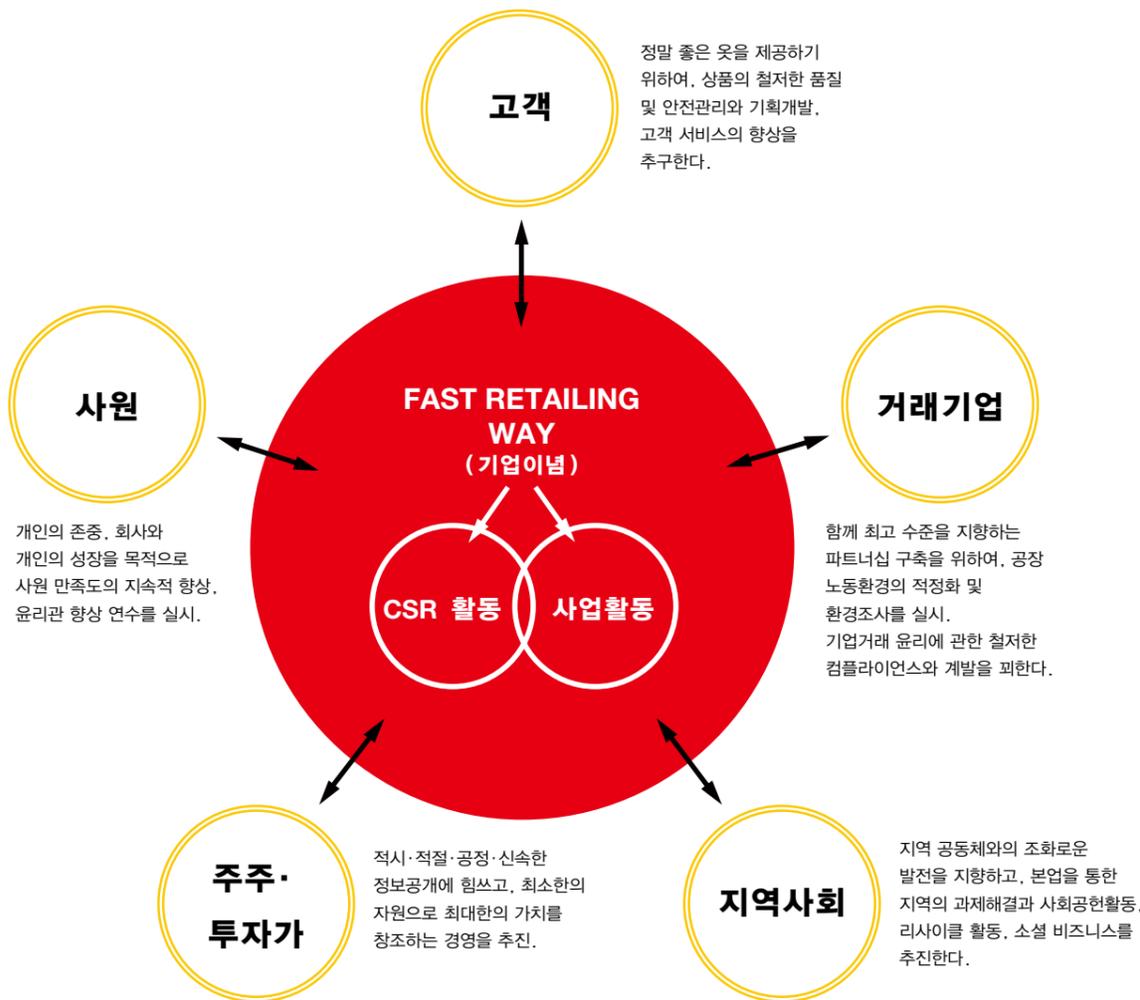
더욱 좋은 사회와 기업의 성장을 함께 실현하기 위하여 패스트 리테일링은 CSR과 비즈니스가 수레의 양 바퀴가 되어 ‘세계를 좋은 방향으로 바꾸어 나가는 것’을 목표로 합니다.

‘옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다.’ 이것은 패스트 리테일링(FR) 그룹이 2008년에 제정한 기업이념 ‘FAST RETAILING WAY’의 첫머리에 내건 스테이트먼트입니다. 옷이 가진 힘으로 사회와 사람들의 생활을 풍요롭게 만들어 가고 싶다. 그것이 FR이 지향하는 것입니다.

CSR이란 ‘사회에 대한 약속’을 지키는 것이라고 저희는 생각합니다. FR에서의 사회에 대한 약속이 바로 ‘FAST RETAILING WAY’입니다. 저희의 모든 행동과 판단은, 이 약속을 기준으로 추진해 나갑니다. 여기에 타협의 여지는 없습니다. 컴플라이언스(규범준수)와 기업윤리를 항상 중시하고 성실하게 행동하겠습니다. 체크 앤드 밸런스(checks and balances)가 실현된 경영체제를 확립하고, 공

정하며 건전한 코퍼레이트 거버넌스(기업 지배구조)를 확립하겠습니다. 그리고 이해관계자들과의 대화와 설명책임을 다하겠습니다.

기업에 있어 CSR 활동과 비즈니스 활동은 표리일체로, 그 둘 중 어느 한 쪽이라도 모자라면 그 기업은 사회적으로 평가받지 못합니다. 그런 의미에서 수레의 양 바퀴라고 말할 수 있을 것입니다. 일상의 업무활동을 통하여 정말로 좋은 옷, 지금까지는 없었던 새로운 가치를 가진 옷을 창조한다. 전 세계의 모든 사람에게 좋은 옷을 입는 기쁨, 행복, 만족을 제공함으로써 ‘세계를 좋은 방향으로 바꾸어 나가는 것’ 그것이 저희가 목표로 하는 CSR입니다.



FAST RETAILING WAY

Statement 스테이트먼트	옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다
Mission FAST RETAILING 그룹의 사명	FAST RETAILING 그룹은 ●정말 좋은 옷, 지금까지 찾아볼 수 없었던 새로운 가치관을 가진 옷을 만들어 전 세계 모든 사람에게 좋은 옷을 입을 수 있는 기쁨과 행복, 그리고 만족감을 제공합니다. ●독자적인 기업 활동을 통해 사람들이 충실한 삶을 실현하는데 공헌하고, 사회와의 조화로운 발전을 추구합니다.
Value 우리의 가치관	●고객 입장에 입각 ●혁신과 도전 ●개성 존중, 회사와 개인의 성장 ●정의를 향한 집념
Principle 나의 행동규범	●고객을 위해 다양한 활동을 합니다. ●탁월함을 추구해 최고 수준을 지향합니다. ●다양성을 살린 팀워크로 높은 성과를 실현합니다. ●모든 일을 신속하게 실행합니다. ●현장, 상품, 현실에 입각해 리얼한 비즈니스 활동을 전개합니다. ●높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다.

FR CSR Statement

‘세계를 좋은 방향으로 바꾸어 나가는 것’

저희는 ‘옷의 바람직한 모습’을 바꿈으로써 전 세계 사람들의 생활을 풍요롭게 만들어 나가겠습니다. 이 세상에 지속적인 가치를 창출하는 기업이기 위하여 올바른 경영을 추구하고, 사회와 더불어 성장하며, 차세대의 세계 기준을 창조합니다.

‘세계를 좋은 방향으로 바꾸어 나가는 것.’ 그것이 저희가 지향하는 CSR입니다.

유니클로의 옷

기업으로서의 미션은 ‘정말 좋은 옷’을 통하여 모든 사람에게 좋은 옷을 입는 기쁨, 행복, 만족을 제공해 나가는 것입니다. FR의 핵심을 짚어질 유니클로가 목표로 하는 궁극의 옷은 ‘MADE FOR ALL’. 그것을 지금 다시금 명확히 하기 위하여 ‘유니클로의 옷’을 정의하고, 언어로 표현하였습니다.

UNIQLO is the **elements** of style.

UNIQLO is a **toolbox** for living.

UNIQLO is clothes that suit **your values**.

UNIQLO is how the **future** dresses.

UNIQLO is **beauty** in hyperpracticality.

UNIQLO is clothing in the **absolute**.

UNIQLO MADE FOR ALL

 **서플라이 체인** — 정말 좋은 옷을 고객에게 제공하기 위하여

파트너와 함께 세계 최고 수준의 옷 만들기를 지향한다

패스트 리테일링이 지향하는 세계 최고 수준의 옷 만들기는, 같은 목표를 향해 함께 나아가는 세계 각지의 생산 파트너들이 받쳐주고 있습니다. 전 세계의 고객에게 정말 좋은 옷을 제공한다는 이념 아래, 서로 배우고, 장기적인 관점에 서서 다각적인 노력을 하고 있습니다.



글로벌 전개가 가속 파트너십은 새로운 단계로

**‘더불어 세계 최고 수준을 지향한다’
파트너와의 굳건한 관계는 패스트 리테일링 최대의 재산입니다**



“거래”가 아닌 “노력”
중국 저장 성(浙江省)의 닝보(寧波)는 중국의 오래된 항구 마을. 역사적으로 일본과도 관계가 깊은 지역입니다. 닝보에 거점을 둔, 주요 생산 파트너의 하나가 선저우(申洲) 국제집단공고 유한공사. 동사국(董事局) 주석, 집행 동사(董事) 마젠룽(馬建榮)씨는 이렇게 말합니다. ‘패스트 리테일링(FR)은 제가 아는 한, 생산 파트너를 매우 중시하는 기업의 하나라고 생각합니다. 항상 장기적인 관점에서, 더불어 성장하는 것을 생각합니다. 더욱 고품질의 상품을 고효율로 생산하기 위해서는 어떻게 할 것인가에 대해, 함께 현장에서 땀을 흘리며, 과제 해결을 위해 노력하는 자세는 매우 진지하고, 존경스럽습니다.’
유니클로의 상품은 중국을 중심으로 베트남과 방글라데시 등, 주로 아시아 지역의 생산 파트너가 생산하고 있습니다. 그 수는 현재 약 70개 사. 이는 글로벌 사업을 전개하고 있는 다른 SPA(*)와 비교해도 아주 적은 수입입니다. 여기에는 FR의 ‘파트너’에 대한 자세가 반영되어 있습니다.



저희는 생산 파트너를, 단지 가격과 납기를 교섭하고 일회적인 거래 상대로만 생각하는 것이 아닙니다. 전 세계의 고객에게 정말 좋은 옷을 제공하기 위하여, 같은 목표를 공유하는 동료로서 협력하고, 더불어 성장한다. 그런 강한 신뢰 관계를 기반으로 한 장기간의 협력관계야말로, 진정한 ‘파트너’라고 생각합니다.
예를 들면, 유니클로에서는 그러한 사고방식을 바탕으로, 염색과 봉제 등 섬유업계에서 풍부한 경험을 가진 기술자를 모아 ‘장인(匠人)팀’을 편성하여, 각지의 파트너 공장에 파견, 기술지도와 공정관리, 인재육성 등을 담당하도록 하고 있습니다. 이러한 FR과 파트너 공장, 쌍방의 지속적인 노력으로, 생산현장의 기술 수준과 관리 수법이 향상되고, 상품의 경쟁력이 높아집니다. “거래”가 아닌 “노력”이 FR의 기본. ‘세계 최고 수준의 옷 만들기’를 추구하는 자세는 생산 파트너와의 사이에 깊이 공유되고 있습니다.

* SPA : ‘Specialty store retailer of Private label Apparel’, 의 약어로, ‘제조 판매업’을 의미한다. 소재 조달에서 상품기획, 개발, 제조, 유통, 판매, 재고관리 등, 제조에서 판매까지 모든 공정을 일괄 관리하는 형태를 말한다. 생산 자체는 외부 위탁하고 있는 사례가 많다.



선저우(申洲) 국제집단공고 유한공사
동사국(董事局) 주석, 집행 동사(董事)
마젠룽(馬建榮)



징위엔(晶苑)
집단(Crystal Group)
집행 동사(董事)
Dennis S. W. Wong

글로벌화가 급속하게 진행되면서, 패스트 리테일링과 세계 각국의 파트너와의 협력체제는 더욱더 중요해지고 있습니다. 여기에서 비즈니스와 CSR은 수레의 양 바퀴. 비즈니스 면에서는, “거래”가 아닌 “노력”이라는 장기적 관점의 활동을 더욱 강화하고, 상하이 사무소의 체제강화 등을 추진하고 있습니다.
이와 더불어 CSR 면에서는 파트너와의 더욱 긴밀한 커뮤니케이션과 모니터링 체제의 충실화 등, 한 단계 더 나아간 활동을 전개하고 있습니다.
Challenge 1에서는 비즈니스와 CSR의 양면에서 끊임없이 진화해 나가는 FR의 상황을 보고하겠습니다.



‘우수한 인재로, 고품질의 상품’
중국에서는 최근의 급격한 경제성장과 더불어, 도시지역뿐만 아니라, 지방과 농촌지역에서도 생활 수준이 급속하게 향상되고 있습니다. 공장에서 일하는 사람들도 고학력화가 진행되는 등, 평균임금이 크게 상승하고 있습니다. FR 상품의 생산을 받쳐주고 있는 것은, 주로 이러한 지방과 농촌지역 출신의 인재입니다.
사회가 풍요로워지고, 인생의 선택지가 많아지는 것은 매우 좋은 일입니다. 저희는 생산 파트너와 하나가 되어 이러한 사회 환경의 변화에 긍정적으로 대응해 가는 것이 기업으로서의 책임이라고 생각합니다.
‘최근 10년 사이에, 사람들의 ‘일하는 것’에 대한 생각이 완전히 바뀌었다’고 말하는 것은 홍콩에 거점을 둔 징위엔(晶苑) 집단(Crystal Group)의 집행 동사(董事) Dennis S. W. Wong 씨입니다. ‘생활이 풍요로워짐에 따라, 이전에는 시간 외 근무를 환영하던 종업원들도, 최근에는 자신의 시간을 소중하게 여겨, 시간 외 근무를 달가워하지 않게 되었습니다. 이것은 사회가 발전하면 당연히 일어나는 현상입니다. 공장 경영자로서는 지금까보다 더 효율적인 생산을 실현하고, 부가가치가 높은 제품을 만들어 내는 것이 필요합니다.’ 이를 위해서 상호 간의 긴밀한



협력이 꼭 필요하며 Dennis 씨는 말을 이었습니다. ‘납기일정이 빽빽해져도 이전과 같이 시간 외 근무로 충당할 수 없습니다. 그런 만큼 FR에도 주문의 표준화와 더욱 계획적인 발주 등에 가일층의 노력을 부탁하고 싶습니다. 이제까지 이상의 협력체제와 상호 간의 노력으로 사회의 변화에 긍정적으로 대응해 나가고자 합니다.’

격변하는 중국의 라이프 스타일
최근, 종업원들의 라이프 스타일은 크게 바뀌었습니다. 수입액뿐만 아니라, 자신의 생활을 소중히 여기게 되었습니다. ‘종업원에게 시간 외 근무나 휴일 출근을 요청하기가 어렵습니다. 억지로 시키면 회사를 그만 둡니다. 그런 만큼, 기술지도로 기능 수준을 높인다면, 사전의 생산 계획을 확실히 하는 등, 경영측의 노력이 더욱 중요해지고 있습니다.’ (마젠룽 씨), 이러한 면과 상품생산 중핵기능의 중국 집약화 등을 고려하여, FR은 생산 파트너와 긴밀하게 연계, 현장 종업원들이 일하기 편한 환경을 제공하기 위하여, 발주 시기와 수량을 표준화하는 등의 대응을 하면서 CSR 기능 강화를 꾀하고 있습니다.
한편, 글로벌화와 이에 따르는 전체적인 생산량 증가에 대응하여, 중국의 주요 생산 파트너와 하나가 되어 중국 이외의 지역에 생산거점을 두는 움직임도 추진하고 있습니다. 이제까지는 베트남과 캄보디아, 방글라데시 등에서 상품의 생산을 개시, 생산지의 다양화를 추진하고 있습니다.



글로벌 전개가 가속 파트너십은 새로운 단계로

더욱 정확도 높은 SPA를 목표로 패스트 리테일링 상하이 사무소의 체제를 강화



생산부·R&D(*)부를 생산지에 가까운 상하이로

패스트 리테일링(FR)은 2011년 9월에 지금까지 도쿄와 중국 상하이에 분산되어 있던 생산부 및 R&D 부의 거의 모든 기능을 상하이에 집약시켜, 업무를 시작했습니다. 그 목적은 중국을 중심으로 한 생산 파트너와의 거리를 좁힘으로써, 상품의 완성도와 생산 속도를 한층 높이는 데 있습니다. 생산부나 R&D부의 스태프와 파트너 공장의 담당자가 상품 현물을 앞에 두고, 직접 이야기를 나누고 서로의 의도를 확인함으로써 상품개발과 발주, 생산·납기관리의 정확도가 비약적으로 향상되었습니다.

특히, 유니클로는, 기획부터 생산, 판매까지를 일괄 관리하는 SPA 모델을 확립하고 있어, 독자적인 상품 개발에 의한 차별화와 판매상황에 따라 임기응변하는 생산조정은 그 커다란 강점입니다. 이번 생산부 및 R&D 부의 중국 집약은 이러한 강점을 더욱 강화하는 데에 목적을 두고 있습니다.

유니클로의 상품개발부터 생산까지의 흐름을 간단히 소개하도록 하겠습니다.

상품개발을 담당하는 R&D 부는 상시 세계 최첨단의 패션과 라이프 스타일, 새로운 소재의 정보 등을 조사하여, 각 시즌의 콘셉트를 결정합니다. 이에 따라 디자이너와 패턴 메이커가 다양한 디자인 시제품과 디자인 샘플을 만듭니다.

그 후, 머천다이저(MD)가 디자이너 등과의 논의를 거쳐, 시즌별 콘셉트에 맞는 상품기획, 디자인, 소재를 결정하고, 각 시즌의 상품구성과 생산수량을 정합니다. 또한, 시즌 중의 중산 혹은 감산의 결정을 하는 것도 MD의 역할입니다. 소재의 선정에서는 동물의 권리 보호라는 관점도 포함되어



있습니다. 예를 들면, 살아 있는 상태에서 채취한 다운은 사용하고 있지 않습니다. 뮐레싱(mulesing)(*)에 관해서는 여러 가지 과제에 대해 인식하고 있으며, 사회와 생산자 단체, 거래기업과 대화를 거듭해 나가겠습니다.

한편, MD의 결정에 따라 실제 생산관리를 담당하는 것이 생산부인데, 실제 생산에 들어가기 전에 R&D 부의 작업 공정에도 깊이 관여하여, 완성도 높은 샘플을 만들 수 있도록 협동체제를 취하고 있습니다. 그리고 생산공정에 들어간 후에는 파트너 공장과 긴밀한 커뮤니케이션을 취하면서, 상품의 납기와 품질 관리, 공장의 인재육성 서포트 등을 합니다. 현재, 상하이를 비롯하여 광둥 성 선전(深圳), 베트남의 호찌민, 방글라데시의 다카에 생산 사무소가 있으며, 총 250명의 직원과 장인(匠人)팀이 상주하고 있습니다. 담당자는, 생산 파트너의 공장을 매주 방문하고, 공장의 경영진 및 직원과 하나가 되어 여러 가지 과제를 해결해 나갑니다.

*1 R&D: 연구개발(Research and Development), 새로운 소재와 상품 등의 바탕이 되는 아이디어를 내고, 그것을 실제 상품으로 만들어 내기까지의 일련의 활동을 말한다
*2 뮐레싱(mulesing): 양에 구더기(검정파리 과의 양 검정파리 등의 유충)가 기생하는 것을 막기 위하여 새끼 양의 둔부(음부)의 피부와 살을 도려내는 행위.

유니클로 상하이 총공사 선전(深圳) 분공사 총괄 리더 이케다 시게루



상품개발에서 생산까지 직결

FR은 2010년 11월부터 생산부 및 R&D 부의 일부 이동 을 개시. 2011년 9월에는 거의 모든 기능을 도쿄에서 상하이로 옮겼습니다. 그 결과, 소재에서 디자인, 발주, 생산 프로세스의 관리까지, 모든 프로세스를 생산지에 가까운 곳에서 시간차 없이 실시할 수 있게 되었습니다.

‘상품에는, 단지 숫자와 스펙만으로는 나타낼 수 없는 완성도 내지는 품위·품격 같은 것이 있습니다. 그것은 실제 상품을 앞에 두고, 사람들이 직접 얼굴을 맞대고 논의하고, 공리함으로써 비로소 실현될 수 있는 것입니다.’ 생산부 상하이 총공사·선전(深圳) 분공사 총괄 리더 이케다 시게루는 이렇게 말합니다. ‘이번에, 상품 만들기의 중핵을 담당하는 직원이 상하이에서 한데 모여, 현지 생산 파트너와 하나가 되어 상품 만들기를 추진하는 체제가 만들어졌습니다. 이러한 체제는 세계의 주요 SPA에서도 특출한 것입니다. 앞으로, 상품력이 비약적으로 높아질 것이라고 확신합니다.’

또한, 생산 파트너의 공장이 많이 모여 있는 중국 국내의 거래기업들은, 특히, FR의 상품 만들기 중핵기능이 상하이에 집약됨으로써, 더욱 긴밀하게 FR과의 연계를 도모, 효율적이며 고품질, 신속한 상품생산이 가능해졌다고 환영하고 있습니다.

패스트 리테일링 집행임원(CSR 담당) 닷타 유키히로



CSR 체제도 강화

이러한 움직임과 병행하여, CSR 부의 체제도 강화되고 있습니다. 그동안 CSR 부는 기본적으로 도쿄의 본부가 일본 국외의 각 사무소나 생산 파트너와 직접 의사소통을 하였는데, 2010년 10월, FR 상하이 사무소에 상주하는 CSR 부 직원을 파견하여, 중국 현지 직원과 하나가 되어 업무를 추진하는 체제가 되었습니다. 그럼으로써 생산 파트너 공장에 CSR 부의 직원이 직접 찾아가는 기회가 늘어, 더욱 깊이 과제를 공유하고, 함께 해결하는 체제가 강화되었습니다.

CSR 담당 집행임원, 닷타 유키히로는 ‘CSR 활동이, 생산 파트너에게 이익이 된다는 것을 그들이 이해하도록 하는 것이 중요하다고 생각합니다. 공장 종업원에게 그 공장의 매력이 높아짐으로써 우수한 인재의 채용이 가능해지고, 고용도 안정화되는 효과를 기대할 수 있습니다. 중국에서도 노동력 부족이 문제가 되고 있는 지금, 이러한 발상은 점점 더 중요해지고 있다고 생각합니다.’라고 말합니다.

공장 모니터링에 대해서도 FR은 명확한 방침에 따라 실시하고 있습니다. 공장 모니터링은 엄격하게 실시하지만, 그 목적은 문제점을 찾아내는 것이 아닙니다. ‘단순히 현재 상황을 체크하는 것이 아니라, 현장에서 직면하는 과제를 어떻게 해결하고, 파트너로서 더불어 성장해 나갈 수 있는가를 함께 생각하고, 실행하는 것이 CSR 부의 역할’(CSR 부 수퍼바이저, 타나카 나옴이)이라는 자세로 임하고 있습니다.



유니클로 생산부 베트남·캄보디아 사무소 소장 호리우치 노리히로

주목이 집중되는 베트남·캄보디아 ‘차이나 플러스 원(China + 1)’의 중심적 존재

베트남·캄보디아는 ‘차이나 플러스 원(China + 1)’의 중심적 존재로, 생산거점으로서의 역할이 주목되고 있습니다. 외국으로부터의 투자도 급증하여, 평균소득도 상승하고, 개인소비도 활발해지고 있습니다. FR은 이 두 나라에서의 생산활동에 힘을 쏟고 있는데, 그 중요도는 해를 거듭할수록 높아지고 있습니다. 생산 파트너 공장들을 보면, 노동환경 개선 등 CSR 활동의 중요성에 대한 인식이 높아, 많은 공장에서 공조 설비나 공장 안의 공기를 순환시키는 장치 등을 도입하여 종업원의 쾌적한 작업환경을 실현하는 등, 다각적인 활동을 벌이고 있습니다.



유니클로 생산부 방글라데시 사무소 소장 오쿠타니 케이

커다란 잠재력을 지닌 방글라데시 어패럴은 국가의 기간산업

방글라데시는 인구가 1억 5,000만 명이 넘으며, 젊은 층의 비율이 높은 등 커다란 잠재력을 가진 나라. 그러한 가운데 어패럴은 수출의 80%를 점하는 기간산업으로서, 높은 수준의 인재가 많다는 특징이 있습니다. FR에 있어 매우 중요한 나라의 하나로 FR의 이념에 공감하고, 함께 품질 향상과 신상품개발에 힘쓰는 생산 파트너가 착실하게 증가하고 있으나, 사회환경도 급속하게 변화하고 있습니다. 비즈니스와 CSR 활동의 추진을 통하여, 방글라데시 사회에서 환영받고, 아울러 현지의 경제발전에도 공헌할 수 있는 기업으로서, 장기적인 관점에서 서서 활동하고 있습니다.



글로벌 전개가 가속 파트너십은 새로운 단계로

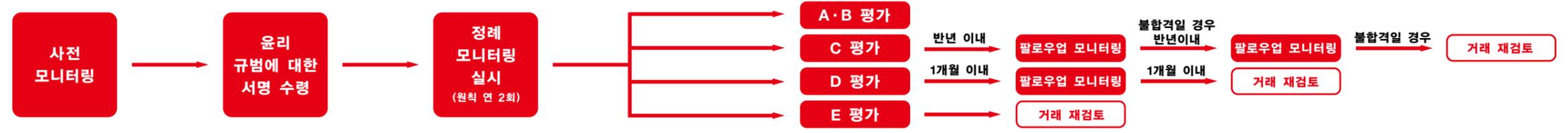
나날이 진화하는 CSR의 현장 노동환경 모니터링의 새로운 노력

외부 전문기관과 연계, 정확한 모니터링을 실시
 '유니클로의 글로벌 품질·안전 기준'에 관해서는, 미국과 EU 국가들 등, 각국의 안전기준 가운데 가장 엄격한 것을 기준으로 제정하고, 거래처에 준수하도록 요구하고 있습니다. 또한, 패스트 리테일링(FR)은 '생산 파트너 대상 윤리 규범(Code Of Conduct)'을 2004년에 제정하고, 주요 파트너 공장에 대하여 외부 전문 기관에 의한 모니터링을 시행하고 있습니다. 2008년에는 평가기준을 개정하고, 새로운 기준에 따른 노동환경 모니터링의 운용을 이듬해부터 본격적으로 시작했습니다. 아울러 '윤리 규범'은, 환경보호에 관한 항목도 망라하고 있습니다. 2010년부터는 봉제공장뿐만 아니라 봉

제공장의 전 단계에 해당하는 소재공장에 대해서도 '소재공장 대상 환경 기준'을 제정하고, 봉제공장과 마찬가지로, 전문기관에 의한 모니터링을 실시하여, 배수와 폐기물, 화학물질 관리 등의 상황을 확인하고 있습니다.
 이러한 전문기관에 의한 확인 결과에 근거하여, FR 직원이 직접, 공장에 대하여 필요한 지도를 합니다. 평가가 일정 기준에 미치지 못하는 경우, 외부의 전문기관, 또는 FR 직원이 협력하여 팔로우업 모니터링을 실시합니다. 평가결과에 대한 대책을 공장에만 맡기는 것이 아니라, FR 직원이 직접 현장에서 상황을 확인하고, 함께 개선책을 입안, 실행해 가는 프로세스를 중시하고 있습니다.

사전 모니터링과 체크리스트의 철저 운용
 현재, FR이 신규 거래를 시작한 공장 등 모든 거래기업을 대상으로 실시하고 있는 것이 '사전 모니터링'입니다. 사전 모니터링은 발주 전에, 그 공장이 거래 개시가 가능한가를 판단하는 것으로, 사전에 정한 기준을 충족하는 공장이라면 발주할 수 없다는 규정입니다. 이것에 의해 FR이 신규 거래를 시작할 때의 기준이 명확해지고, 더욱 원활한 거래 개시가 가능하게 됨과 동시에, 새로운 생산 파트너의 개척과 상호 간의 성장에 크게 이바지할 것이라 기대되고 있습니다.

아울러 생산 파트너 공장이 직접 노동환경을 셀프 체크함으로써 더욱 자립적으로 CSR 노력을 할 수 있도록 촉진하는 것을 목적으로 개발된 것이 '체크리스트'입니다. 2010년부터 각 파트너 공장에 배포하기 시작하였습니다. '체크리스트'는 CSR의 관점에서 중시해야 할 점을 명확히 하고, 파트너 공장의 자발적인 노력을 촉진함으로써, 적절한 노동환경을 실현하고자 하는 의도가 담겨 있습니다.
 모니터링은 문제점의 지적을 목적으로 하는 것이 아니라, 지향해야 할 방향을 명확히 하고, 더욱 좋은 상품을 만드는 것에 목적이 있다는 FR의 사고방식에 바탕을 둔 것입니다.



‘사전 모니터링’
 거래 개시 전에 실시하는 모니터링. 그 공장이 거래할 수 있는가를 사전에 판단하는 것. 절차와 평가기준은 통상의 정례 모니터링에 포함되는 항목과 기본적으로 같으나, 아동노동 등, 특히 중요한 항목에 관해서 중점적으로 이루어진다.



‘정례 모니터링’
 파트너 공장의 노동환경 모니터링은, FR 직원과 전문기관의 감사원이 실제로 공장을 방문하여 실시한다. 구체적으로는, 오프닝 미팅으로부터 시작하여, 공장가속사, 식당 등의 현장 확인, 종업원에 대한 인터뷰, 서류 체크 등으로 이어진다. 마지막에는 클로징 미팅을 열고, 모니터링에서 검출된 사항에 관하여, 공장 책임자들과 확인하고 개선을 위한 피드백을 한다.



‘모니터링의 평가’
 평가는 A~E까지의 5단계(상세한 사항은 34쪽). 아동 노동·허위 보고 등 특히 심각하고 악질적인 케이스는 E 평가를 내리, 그 자리에서 거래를 재고한다는 결정을 한다. C 및 D 평가는, 개선 지도를 하고, 결과를 확인하기 위한 팔로우업 모니터링을 실시하여, 개선되지 않은 경우는 거래를 재고하는 등 엄정한 자세로 임하고 있다. 심각한 사항이 발각된



경우는, 해당 공장에 FR의 CSR 부 직원이 직접 방문하여, 사실관계를 확인한 후에, 거래 내용을 재검토하는데, 공장의 경영과 고용상황을 살펴보고 최종결정을 한다. 그 후, 공장과 함께 재발방지에 노력하고, 개선이 보이면 통상의 거래를 재개하는 등의 검토도 한다.

2011년도 노동환경 모니터링의 결과

2011년도의 노동환경 모니터링은, 188개 공장을 대상으로 실시하였습니다. (2010년도에는 174개 공장 대상).

- A 평가는 6, B 평가는 66, C 평가는 91, D 평가는 25개 공장으로, D 평가가 23%에서 13%로 감소하였다(비상구 미비 등의 개선이 이루어졌기 때문)
- C, D 평가를 받은 공장은, 즉각적으로 개선할 수 있는 지적만 받은 공장이나 연속 근무, 출근 기록 미비 등, 개선에 시간이 필요한 공장의 양극화가 보였다. 또한, 후자에 관해서는, 작년도 개선 완료된 지적사항이 다시 지적되는 예도 있었다.

이에 대한 앞으로의 대책으로서 아래와 같은 내용을 들 수 있으며, 더한층 개선에 이어지도록 하겠습니다.

- 사전 모니터링과 체크리스트의 철저 운용
- 거래처에 대해 FR 기준을 반복적으로 전달하여, 바르게 이해하도록 이끈다
- 공장 고유의 문제를 이른 단계에 발견하고, 해결을 촉구한다
- 공장 측의 문제뿐만 아니라, FR 측의 발주계획이나 납기설정에 문제가 없었는가 등, 문제의 배경까지 파고 들어가서 과제를 특정하고 해결한다
- 공장의 근본적인 수준 향상에 이어질 수 있는 시책을 생각하고 실행한다

개선사례

- 연속근무 14일간, 20일간 등의 상황이 검출되었다.
 → FR 직원이 공장을 방문하여 노동시간 관리의 중요성을 설명, 정기적으로 감시하고, 미리 초과근무를 방지할 수 있는 관리 체제가 정착하고 있는 것을 파악하고, 팔로우업 모니터링에서도 개선을 확인하였다.
- 성과급제 종업원에 대한 임금 산출방법을 잘못 인식하고 있었다.
 → FR 직원이 공장을 방문하여 성과급제 종업원의 시급과 잔업수당의 정확한 계산방법을 확인, 그 후에도 급여명세 등의 계속적인 제출을 요구하여 개선상황을 파악하고, 팔로우업 모니터링에서도 확인하였다.

정례 모니터링에서 검출된 심각한 사례 (E 평가)

- 허위 보고
 제1회 모니터링에서, 생산기록·종업원 인터뷰와 시간기록 사이에 불일치가 발견되었다. 그 후, FR 직원이 방문·확인한 결과, 종업원의 토요일 근무와 평일 시간 외 근무 사실이 발각되었는데, 공장 측은 법정 시간 외 근무 시간(월 36시간) 초과를 피하려고 출근기록을 조작하고 있었다. 따라서, 허위 보고로 간주하여, E 평가를 내리고, 거래량을 감축했다.
- 과거의 아동 노동
 만 16세 미만의 4명이 2009년에 입사한 사실이 발각(방문 당일 시점에서 만 16세 이상). 입사 시의 연령 체크는 업무관리 매니저가 하여, 이중 체크 체제가 갖추어지지 않았으며, 서류 관리에도 미비가 있었다. 1개월 후에 FR 직원이 방문하여, 체제 개선 등을 확인하였으나, 애초의 관리체제에 중대한 미비가 있었다고 판단하여 E 평가를 내리고, 거래량을 감축했다.

※ 2011년도중에 E 평가는 4건이었으나, 모두 개선하였음을 확인. 연도말(2011년 8월말) 시점에서 0건(상세한 사항은 34쪽 참조)

 비즈니스를 받쳐주는 사람들

세계에서, 지역에서, 활약할 수 있는 사람을 육성한다

일본에서 시작된 새로운 글로벌 기업이 되기
위하여 회사와 개인이 더불어 성장할 수 있는
매력적인 플랫폼을 만들겠습니다.



세계 어디든, 누구든 더불어 성장할 수 있는 조직이기 위하여

전 세계의 실력 있는 인재에게 패스트 리테일링이 매력적인 플랫폼이 되기 위하여



(주) 패스트 리테일링 상석 집행 임원 (인사 담당)
요코하마 준

한 사람 한 사람을 존중하고, 회사와 개인이 더불어 성장할 수 있도록 환경을 정비하고, 글로벌한 시점에서 혁신적인 일을 할 수 있는 인재를 육성한다. 이것이 패스트 리테일링(FR)의 '사람'에 대한 기본적인 생각입니다. 직원 누구나 자신의 꿈과 자신의 가치관을 소중히 여기고, 그것을 추구해 나가는 자세가 중요합니다. '나는 무엇을 하고 싶은가?'를 명확히 함으로

써 일에 대한 모티ベーション도 고양되고, 또한 그것은 꿈을 추구하는 동력이 됩니다. 자신의 장래를 믿는다는 의미를 담아, 이를 '희망을 갖자 (Believe in yourself)'라고 표현하고 있습니다.

한편, 개인이 미래에 대해 기대를 하고 일할 수 있도록 회사도 그에 맞는 보수와 쾌적한 직장환경, 효과적인 연수, 도전적으로 일할 기회 등을 제공하여, 실력 있는 인재에게 매력적인 플랫폼이 될 필요가 있습니다. 더욱 개성을 살리고 그 능력을 발휘할 수 있는 장이 되도록 하는 것이 기업의 책임이라고 생각합니다.

이제까지 FR은 이러한 저희의 생각을 널리 사람들에게 알려려는 노력이 충분했다고 할 수 없습니다. 우선 저희가 어떤 기업이며, 무엇을 하려고 하는지를 더 많이 이야기하고, 동시에 실천해 가지 않으면 안 됩니다. 세계 각지에서 일어나고 있는 일들을 일본의 본부가 바르게 이해하고, 적확하게 반응하기 위해서 본부에서 일하는 일본인 이외의 외국인 직원 비율을 극적으로 높이고, 모든 나라의 직원들 사이에서 언제나 활발한 커뮤니케이션이 이루어지는 환경을 만들겠습니다. 영어의 공용어화는 이를 위한 작은 스텝입니다. 세계 어디에서든 FR에서 일하는 사람들이 '자신은 존중받고 있다'고 느끼고, 일하는 것이 즐겁다고 느낄 수 있는 기업을 목표로, 앞으로도 도전을 멈추지 않을 것입니다.

전 세계 어디에서도, 누가 하더라도, 변하지 않는 유니클로의 "기준"을 소중히 하고 싶다

싱가포르에서 신규졸업자로 입사하여, 2010년 9월에 일본에 왔습니다. 처음 2개월은 하루에 12시간 일본어 학습을 하고, 그 후에, 긴 자점에서 OJT가 시작되었는데, 역시 최대의 장벽은 일본어였습니다. 특히, 높임말, 존댓말이 너무 어려워서 고생했습니다. 그때 트레이너였던 점장님이 어려운 단어와 문법에 관해 영어로 발음과 의미를 써서 알려주는 등 꼼꼼하게 서포트해주셔서 조금씩 말을 할 수 있게 되었고, 더욱 적극적으로 일할 수 있게 되었습니다. 앞으로의 목표는 반년 후에 점장, 5년 후에는 톱 클래스의 점장으로 선두에 서는 것입니다. 항상 따뜻하게 보살펴 주시는 점장님도 '우리가 이제까지 해 왔던 것을 절반의 시간에 달성할 수 있도록 열심히 해라!'라고 응원해주셨습니다. 기대를 받고 있다는 것은 커다란 보람입니다. 아나 이 사장님이 처음 싱가포르의 유니클로에 오셨을 때 말씀하신 대로 '전 세계의 유니클로에서 같은 기준, 같은 서비스를 실현'하기 위하여 열심히 노력하겠습니다.



유니클로 긴자점
Kennise Wang(사진 오른쪽)

전 세계에서 우수한 인재가 모이는 회사를 만드는 것이 패스트 리테일링의 목표입니다. 이를 위해서 세계 어디서나 공정하게 기회가 제공되고, 우수한 사람, 노력한 사람이 공정하게 평가되어, 커리어를 쌓을 수 있는 제도 구축을 추진하고 있습니다.

비즈니스에서 해야 할 일은 전 세계 어디에서나 같은 커다란 비전과 전원 경영

1995년에 신규졸업자로 입사하여, 점장과 블록 리더 등을 거쳐, 영국에서 3년, 미국에서 2년 근무하였습니다. 그 경험에서 배운 것은 비즈니스에서 해야 할 일은 전 세계 어디서나 같다는 것입니다. 물론, 문화도 가치관도 서로 다른 나라에서 사업을 하는 것이기에 그 사람들을 알고, 그 나라를 이해하는 것은 매우 중요합니다. 하지만, 일하는 방식을 바꾼다는 것은 아닙니다. 어느 나라에서나 겪게 되는 과제와 근본은 같으므로 일본에서 해 온 유니클로의 방식을 현지 사람들과 모두 함께 진행해 갈 수 있다면 결과는 따라오게 마련입니다. 지금, 패션의 중심이며 정보발신지인 파리에서, 오페라점인 전 세계의 유니클로 점포 중에서도 상위의 매출을 올리고 있는데, 이것도, 일본에서 시작된 유니클로의 전원 경영 방식을 철저히 한 결과라고 생각합니다.



UNIQLO FRANCE
S.A.S. COO 겸
UNIQLO U.K. LTD. COO
프랑스, UK 사업책임자
사나다 히데노부

유니클로의 글로벌화를 위하여 나의 최선을 다하고 싶다

대학 시절, 런던 점포에서 아르바이트로 시작한 것이 계기가 되어, 졸업 후에 유니클로 UK에 입사하였습니다. 그 후 9년간, 무슨 일이든 최선을 다한다는 것을 신조로 삼아 일해 왔습니다. 점포 운영의 다양한 경험과 지식, 스태프들의 소중함, 커뮤니케이션을 포함한 셀프 매니지먼트 등을 배우고, 제 나름대로 크게 성장할 수 있었다고 생각합니다. 장래에는 어떤가의 나라 혹은 지역에서 CEO로서 일하는 것이 꿈이지만, 중요한 것은 저에게 그러한 힘이 있는가입니다. 물론, 평생 배워야 할 것은 많이 있습니다. 그렇기에 더욱더 노력하고, 그 결과 커다란 역할을 맡을 수 있다는 100%의 자신감을 얻고 싶습니다. 회사가 저에게 기대와 신뢰를 하고, 더욱 커다란 역할과 책임을 맡을 기회가 생긴다면 온 힘을 다해 노력하고자 합니다.



UNIQLO U.K. LTD.
지역 매니저
(Area Manager)
Harinder Bains



유니클로 상하이 난징시루점
부점장
주 웨이 (朱偉)

'유니클로는 개인의 선택을 중시하는 회사' 장래에는 일본에서 플래그십 스토어의 점장을 하고 싶다

상하이의 난징시루(南京西路)는 이 거리에서 가장 패션에 민감한 사람들이 모이는 장소입니다. 전 세계의 유명 브랜드가 줄지어 매장을 오픈하여, 치열한 경쟁을 벌이고 있습니다. 지금 여기에서 점포 운영을 할 수 있다는 것은 정말 흥미진진한 일입니다. 저는 2003년에 입사하여 대형점 점장과 슈퍼바이저를 거쳐, 2010년에 이 점포 오픈에 참여했습니다. 유니클로는 개인의 선택을 중시하는 회사입니다. 공평한 기회가 열려 있고, 스스로 '하고 싶다'고 선언하고, 실력을 갖추게 되면 어떤 일이라도 할 수 있습니다. 다음에 도전하고 싶은 것은 유니클로가 탄생한 일본에서 플래그십 스토어의 점장이 되는

것입니다. 장래에는, 예를 들면, 브라질이나 인도 등 세계의 신흥시장에서 점포를 경영해 보고 싶습니다. FR의 다음 세대를 떠맡을 경영 인재의 육성과 기업의 변혁을 동시에 추진하는 인재 육성기관 FRMIC (상세한 내용은 37쪽 참조)의 멤버로도 지명되었습니다. 매우 큰 영광이라고 생각합니다. 일상적인 업무의 실천을 통해 '경영이란 무엇인가?'에 대해 추구하고 나가겠습니다.

장애인과 함께 일한다 '한 점포에 한 명' 실현을 목표로

**장애의 유무에 관계없이,
직원 모두가 팀의 소중한 일원입니다.**



㈜패스트 리테일링 총무·ES 추진부장
우에키 토시유키

저희가 가장 중요시하고 있는 것은 장애의 유무에 관계없이, 전 직원이 모두 팀의 일원이라는 것입니다. 장애가 있는 분이 할 수 없는 일, 하기 어려운 일이 있는 것은 사실입니다. 하지만, 패스트 리테일링(FR)은 소매업이기 때문에 점포에는 다양한 일이 있습니다. 장애의 내용과 능력에 따라서 보람을 느낄 수 있는 일을 찾아 노력할 수 있는 환경이 있습니다. 그리고 점장 이하, 직원 모두가 그것을 서포트하는 마인드가 있습니다.

지원기관 등과의 연계도 매우 중요합니다. 입사 전에 지원기관의 '고용 전 Job Coach 지원사업' 등의 제도를 활용하여, 입사 후의 부조화(mismatch)를 방지하고, 그 사원이 긍정적으로 일할 수 있고 성과를 낼 수 있도록 노력하고 있습니다. 2001년에 유니클로가 내건 '한 점포에 한 명의 장애인 고용'이라는 목표는 96%의 달성률에 이르렀습니다.

그러나 한편으로는 유니클로 이외의 그룹 기업과 일본지역 외 법인은 이제 막 본격적으로 추진하기 시작한 단계입니다. 앞으로는 더욱 글로벌한 시점에서 장애인 고용을 추진하여, 전 세계에서 사회에 꼭 필요한 기업이 되도록 노력하겠습니다.

장애인만의 시점에서 커다란 일을 하고 싶다

제일 어려운 것은 "DWS(일일 업무 계획)"를 짜는 일입니다. 이것은 스태프들의 출근 예정표를 보고, 이 사람은 계산대 담당, 이 사람은 수선 담당 등 업무 할당을 정하는 일인데, 고객이 많은 주말에 직원이 부족한 경우가 생기는 등 제대로 짜지 못할 때도 있습니다. 그런 경우, 매우 고민이 되는데, 점장님과 다른 스태프들이 매우 친절히 상담에 응해 줘서 잘 해결되고 있습니다. 치가사키 라스카점은 스태프 수가 적어서 한 사람이 여러 업무를 해야 합니다. 수선과 피팅, 접객, 능숙하지 않은 업무도 있어 힘이 들지만, 그만큼 다양한 일을 할 수 있기 때문에 여러 가지 일들을 알게 되고 새로운 발견을 할 수 있습니다. 매장은 저 자신도 성장할 수 있는 직장입니다. 저는 장애인이지만, 그런 사람만이 볼 수 있는 것도 있지 않을까요? 그러한 시점에서 뭔가 유니클로에도, 저에게도, 커다란 일을 할 수 있었으면 합니다.



유니클로 치가사키 라스카점
시오다 토모히로
(청각 장애)

청각 장애인 축구 일본대표로도 활약,
2010년 아시아 대회에서 4위를 하여,
2012년 세계 농아인 축구 선수권 출전 예정



유니클로는 2001년부터 '한 점포에 한 명 이상'을 목표로 장애인을 고용하고 있습니다. 현재, 그 달성률은 96%까지 도달했습니다.

학교에서 배운 것을 활용할 수 있어서 기쁩니다

제가 하는 일은 청소와 상품 정리, 매장에 상품 보충 등 여러 종류가 있지만 수선하는 일이 제일 보람 있습니다. 학교에서 배운 기술을 활용하여 깔끔하게 작업한 후 칭찬받을 때는 정말 기쁩니다. 상품의 비닐 포장을 벗기거나 상품 보충하는 일도 열심히 하고 있는데 납품이 많을 때는 정말 힘이 듭니다. 하지만, 다른 스태프들이 모두 친절하게, 이것저것 가르쳐 주고 도와줘서 안심하고 일할 수 있습니다. 앞으로도 쉬지 않고 열심히 노력하겠습니다.



유니클로 도쿄동 시티 라쿠아점
오가타 유키 (지적 장애)



2011년 9월, 일본대표로서, 서울에서 개최된 '제8회 국제 장애인 기능올림픽 (International Abilympics)'에 참가. 마무리의 압도적인 정확성과 아름다움으로 당당하게 은메달 획득.



유니클로 이와쿠니점
마에다 쇼코
(지적 장애)

동료와의 즐거운 시간이 최고의 재산

처음에는 다른 사람들에게 장애에 대해서 제대로 이야기하지 못하고, 어울리지 못해서, 점장님과 지원센터에 계신 분께 울면서 상담한 적도 있었습니다. 하지만, 여러분으로부터 조언을 듣고, 제 나름대로 노력한 결과, 사람들과의 거리가 좁혀져 가는 것을 실감할 수 있었습니다. 지금은 함께 수다를 떨면서 점심을 먹기도 하고, 개인적인 고민을 상담하기도 합니다. 커뮤니케이션 하기가 쉬워졌다는 것이 가장 다행이라고 생각합니다. 일하면서 즐거운 순간은 납품 상자를 열어 매장에 상품을 내놓을 때, 이번에는 어떤 색, 어떤 무늬일까? 하고 마음이 설렙니다. 좋아하는 옷과 선배들에 둘러싸여 정말 즐겁고 보람 있는 하루하루를 보내고 있습니다.



유니클로 JR 신오사카점
니시하라 미츠히사
(발달 장애)

자신의 능력을 가장 잘 살릴 수 있는 일, 자신이 가장 공헌할 수 있는 일을 해낸다

자신의 능력을 가장 잘 살릴 수 있는 일은 무엇일까 생각했을 때, 상품정리와 같은 일은, 연습은 하고 있지만, 빈말로라도 잘한다고는 할 수 없습니다. 그래서 지금 가장 점포에 공헌할 수 있는 일을 더욱 열심히 하자고 생각했습니다. 그것은 '어서 오십시오!'라고 활기찬 목소리로 인사를 한다든가, 그날그날 매장의 "스페셜 상품"을 매장 앞을 지나는 고객들에게 커다란 목소리로 홍보해서 '고객을 매장으로 불러들이는 일'입니다. 제 목소리를 듣고 고객이 매장 안으로 들어 오시거나 제게 말을 걸어 주실 때는 정말 기쁩니다. 장래에는 독립해서 장애인분들을 많이 고용하여 함께 일하고 싶어요.



유니클로 명동 중앙점 (한국)
이지연 씨
(사진 왼쪽, 지적 장애)
윤지현 씨
(사진 오른쪽, 지적 장애)

2010년 10월, 한국에서 장애인 고용 시작 점포, 직원이 하나가 되어 추진해 나가고 있습니다.

한국에서는 장애인 고용이 시작된 지 1년이상이 지났습니다. 2011년 12월 현재, 39명의 직원이 일하고 있습니다. 명동 중앙점에서 일하는 이지연 씨는 '입사 전에는 유니클로에 대해서 몰랐습니다. 하지만, 일해 보니, 옷을 정리해서 옷걸이에 건다든가 하는 작업이 저한테 잘 맞는 것 같아서 즐겁습니다.'라고 말합니다. '옷가게라는 것이 제일 마음에 듭니다. 언젠가는 다른 직원과 함께 매장에 나가서 그들과 같은 업무를 해 보고 싶어요.'라는 또 한 명

의 장애인 사원 윤지현 씨. 한편, 장애인을 받아들이는 점포에도 영향이 있었습니다. 장애를 가진 스태프들이 작은 일에도 매우 즐거워하고 보람을 느끼면서 일하는 모습에 다른 직원들의 모티베이션도 향상된 것입니다. 이제 막 시작 단계여서 아직 과제는 많지만, 회사, 점포, 직원이 하나가 되어 추진해 나가고 있습니다.

 지역사회와의 협동

옷의 힘으로 지역사회를 변화시킨다

‘좋은 옷’이 갖는 힘은 전 세계 어디에서나 새로운 가치를 낳고,
지역사회를 좋은 방향으로 바꾸어 가는 힘을 갖고 있습니다.
옷을 통한 지원과 사회문제 해결을 목표로 합니다.



소셜 비즈니스 (Social Business) 의 가능성

방글라데시에서 시행착오의 1년 소셜 비즈니스의 가능성을 실감



기업의 우수성을 살려 사회적 과제를 해결

패스트 리테일링 (FR)의 기업이념에도 있는 것처럼, 저희는 사회에 있어 좋은 회사, 가치 있는 회사가 아니면 존재할 가치가 없다고 생각합니다. FR은 2010년 9월, 방글라데시 인민공화국에서 소셜 비즈니스를 시작했습니다. 2011년 8월에는 그라민 은행 그룹과 공동으로 그라민 유니클로를 설립했습니다.

소셜 비즈니스는 빈곤과 환경문제 등 사회의 다양한 과제를 비즈니스 수법으로 해결해 가자 하는 노력입니다. FR 그룹의 최대 강점은 고품질의 저렴한 옷을 효율적으로 생산·판매할 수 있다는 점에 있습니다. 이 우수성을 살려 비즈니스의 힘으로 사회를 더욱 좋은 방향으로 바꾸어 가는 활동을 하는 것이 FR의 소셜 비즈니스의 목적입니다.



상품 아이템수는 지속적으로 증가

그라민 유니클로의 직원들이 직접 농촌지역에 들어가서, 판매를 담당하는 그라민 레이디들과 행동을 함께하며 시장 조사를 하는 한편, 판매방법과 금전관리 등의 노하우를 기초부터 차근차근 가르쳐주고 있습니다. 또 거기에서 고객의 수요를 파악하고 시장에 적합한 상품을 순차적으로 투입하고 있습니다. 사업 초기의 속옷류와 민무늬 티셔츠 등의 아이템에, 2011년 봄부터는 폴로셔츠와 프린트 티셔츠, 깃 달린 셔츠 등을 추가, 고객의 요망에 따라 대표적 민족의상인 사리와 위생 개선에 도움이 되는 천 생리대 판매도 시작했습니다. 매출은 착실하게 성장하고 있습니다. 그라민 레이디도 시작 초기의 30명에서 100명 이상으로 증가하고, '처음에는 힘들었지만, 대금과 상품 관리에도 익숙해지고, 수입이 늘어서 즐겁다.'라는 소리도 듣게 되었습니다.

그라민 유니클로가 판매하는 주요 상품



남성들에게 인기가 높은 깃 달린 셔츠와 폴로셔츠를 비롯하여 여성리류에서는 대표적 민족의상인 사리와 살와르 카미즈를 라인업. 아동복의 매출도 순조로워, 일러스트가 들어간 티셔츠 등 어린이 상품도 충실화했습니다. 매출의 20%를 어린이 상품이 차지하고 있습니다. 또한, 여성의 위생면을 개선하고 사회문제 해결에 공헌한다는 관점에서 여성용 속옷류와 위생용품에도 힘을 쏟고 있습니다.

방글라데시에서 소셜 비즈니스를 시작한 지 1년,
예상 이상의 곤란에 직면하고는 있지만 그 가능성도 발견하고 있습니다.

판매수량 신장률은 목표에 못 미쳐

생산면에서도 성과가 나오고 있습니다. 마을의 작은 봉제 공장을 사원이 한 집 한 집 방문하여, 사업목적을 설명하고 협력을 의뢰하는 노력이 결실을 보아, 신뢰할 수 있는 생산 파트너가 탄생했습니다. 아직은 소규모지만, 든든한 우군입니다.

한편, 여전히 해결해야 할 과제는 산적해 있습니다. 그러한 어려움은 예상을 뛰어넘는 것이었습니다. 생산량이 적기 때문에 가격을 낮출 수 없고, 이 때문에 판매량이 늘기 어렵다는 딜레마는 아직 해결되지 않고 있습니다. 초기보다 늘었다고는 하지만, 상품 라인업이 적다는 것도 과제입니다. 매력 있는 상품을 경쟁력 있는 가격으로 고객에게 제공해 드리지 못하고 있으며, 판매수량의 신장률은 애초의 목표에 미치지 못하고 있습니다. 그러한 것이 원인이 되어 그라민 레이디의 판매수입도 예상에 못 미치는 사례가 발생하여, 이직자 발생의 원인 중 하나가 되고 있습니다.

'좋은 상품'을 핵으로, 좋은 사회를 만든다

그러나 사원이 직접 현지 사회 속에 뛰어들어, 고객과 그라민 레이디들의 목소리를 듣고, 시행착오를 반복하는 가운데 사업의 기초가 다져지고 있습니다. 지난 1년간의 노력을 통하여 소셜 비즈니스에는 커다란 가능성이 있다고 저희는 강하게 느끼고 있습니다. 어려운 조건은 많지만, 이 사업은 반드시 성장할 것이라고 확신합니다. 그 핵심이 되는 것은, 당연히 '좋은 상품'입니다. 양질의 공장에서 좋은 상품을 만들고 성실하게 판매하는 것. 그것이 고객의 지지를 얻고, 나아가서 고용을 낳고, 더욱 좋은 사회를 만드는 것으로 이어 집니다. 이러한 사이클을 하루라도 빨리 확실한 것으로 만들기 위하여 나날이 노력을 거듭하고 있습니다.



그라민 유니클로의 이념을 표현한 상품 발매



소셜 비즈니스에 대해 더욱 많은 사람에게 알리는 것을 목적으로, 그라민 유니클로의 이념을 표현한 티셔츠와 토트백을 2011년 10월에 전 세계의 유니클로에서 발매했습니다. 글로벌 플래그십 스토어 '뉴욕 5번가점' 오픈 기념상품의 하나로, 수익은 모두 그라민 유니클로의 소셜 비즈니스 활동에 충당됩니다.



Grameen UNIQLO

회사명 : GRAMEEN UNIQLO Ltd.
설립 : 2011년 8월
자본금 : 10만 달러 (약 900만엔) 상당
임원 구성 : 패스트 리테일링에서 임원 4명 파견,
Grameen Healthcare Trust에서 임원 1명을 선임.

grameenuniqlo.com

옷의 가치를 마지막까지 남김 없이 활용하기 위하여 세계로 확산되는 전 상품 리사이클 활동

전 상품 리사이클 활동의 회수 매수 1,000만 점 돌파,
그리고, 회수 지역은 세계로 확대되기 시작했습니다.
전 세계의 옷을 정말로 필요로 하는 모든 사람에게 전달하는 것을 목표로 하고 있습니다.

UNHCR 과 NGO 와의 파트너십으로 글로벌한 사회적 과제의 해결을 지향한다



영국, 미국, 프랑스, 싱가포르에서도 시작

유니클로의 전 상품 리사이클 활동은 2001년의 후리스 리사이클 활동에서 시작되었습니다. 그 후, 리사이클 대상을 유니클로와 지유(g.u.)에서 판매하는 모든 상품으로 확대하여, 현재, 일본의 유니클로와 지유(g.u.) 모든 점포에서 1년 내내 전 상품을 회수하고 있습니다.

2011년 3월부터는 한국에서도 이 활동을 시작했습니다. 점포에서의 안내와 이벤트를 통하여, 사회적 과제에 대해 관심이 많은 고객들 사이에 서서히 침투하여, 회수되는 양도 꾸준히 증가하고 있습니다. 또한, 2011년 9월부터는 영국, 미국, 프랑스, 12월부터는 싱가포르의 4개국에서도 회수를 시작. 모든 판매국에서의 활동개시를 목표로 하고 있습니다.

UNHCR 과 글로벌 파트너십 체결

전 상품 리사이클 활동의 회수 매수는 약 1,164만 매. 이 가운데 약 420만 매를 UNHCR(유엔난민기구)과 국제 NGO를 통하여 네팔과 잠비아, 보츠와나 등 22개국의 난민 캠프 등에 기증했습니다. 하지만, UNHCR의 조사에 의하면 세계의 난민·피난민의 수는 약 4,300만 명. 옷의 수는 아직 턱없이 부족한 상황입니다. 이러한 상황을 개선하기 위하여, 2011년 2월, 패스트 리테일링(FR)은 UNHCR과 더욱 넓은 영역에서의 난민·피난민 문제 해결을 목적으로 하는 글로벌 파트너십을 체결하였습니다. UNHCR과는 전 상품 리사이클 활동의 회수 의류를 기증하는 지역 범위 확대, FR 사원의 UNHCR 필드 사무소에서의 인턴십, 일본에 난민으로서 받아들여진 분들의 유니클로 점포에서의 인턴십 실시 등의 활동을 하고 있습니다.



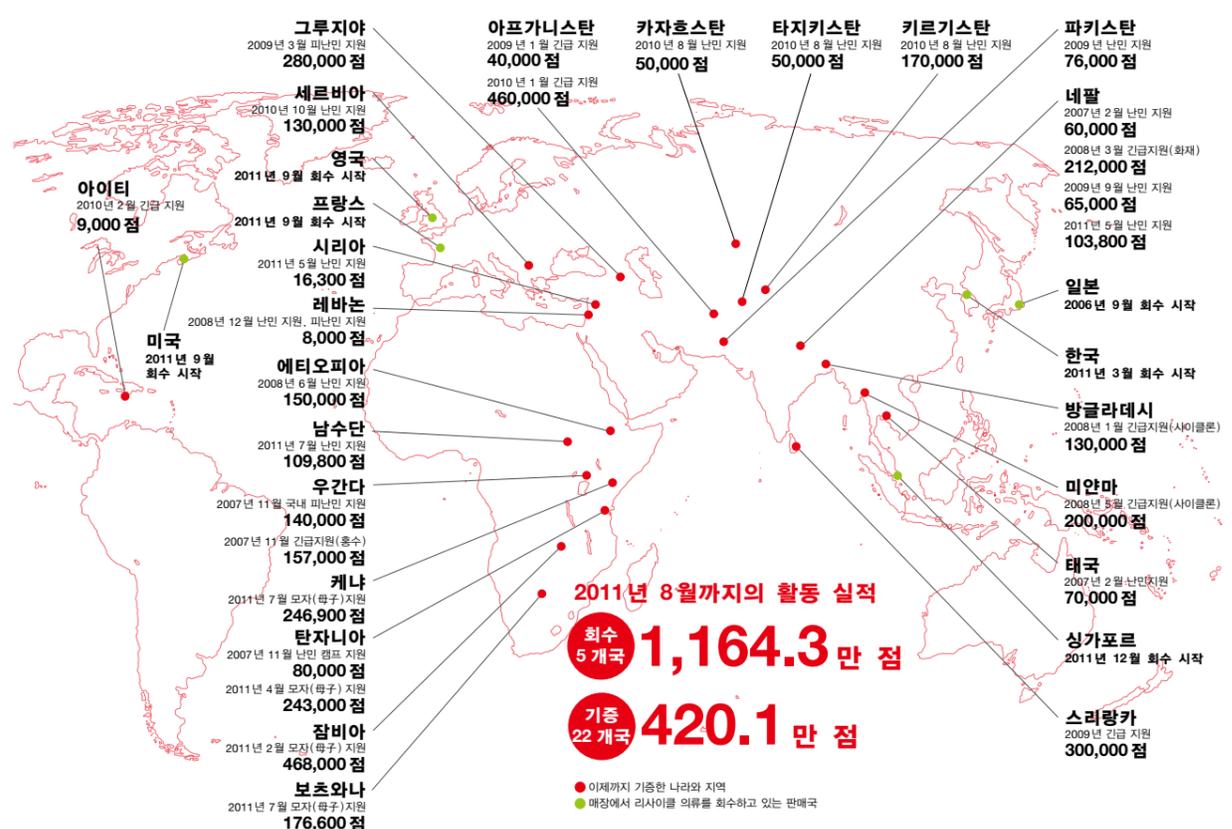
잠비아에서 임신복과 유아용 옷을 배부

또한, 예를 들면, 아프리카 남부의 나라, 잠비아에서는, 전 상품 리사이클 활동의 공식 파트너인 공익재단법인 조이세프(*)와 협동하여, 개발도상국의 임신부와 영유아의 몸을 보호하기 위한 옷을 전달하는 활동을 2011년 2월에 실시하였습니다. 개발도상국에서 영유아의 생명을 빼앗는 커다란 원인의 하나가 모기를 매개로 한 말라리아 감염입니다. 옷은 그 위험을 감소시키는 데 많은 도움이 됩니다. 이처럼 세계 각지에서는 난민·피난민뿐만 아니라, 임신부와 영유아, 도시형 생활 빈곤자 등 옷을 필요로 하는 사람들의 수요는 급속하게 다양화하고 있습니다. 이러한 사회적 과제를 해결하기 위하여 FR은 다양한 국제기관이나 NGO 등과 파트너십을 구축하고 있습니다. 단지 옷을 회수해서 현지에 보내는 것뿐만 아니라, FR 사원이 직접 현지에 가는 등, 세세하게 실정과 수요를 파악한 후에, 현장에 맞는 효과적인 지원을 하기 위해 노력하고 있습니다.

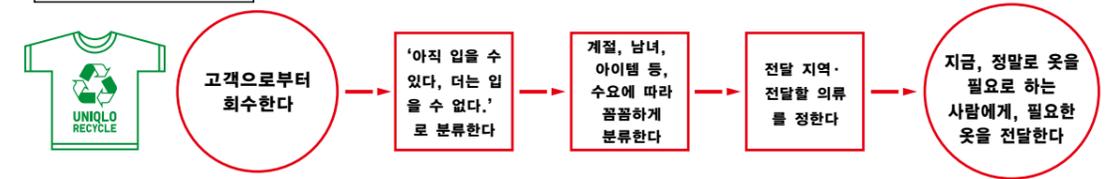


* 공익재단법인 조이세프 : JOICFP = Japanese Organization for International Cooperation in Family Planning. 1968년 설립. 아시아, 아프리카, 라틴아메리카 지역 국가의 여성·임신부를 위한 모자보건 국제협력 NGO.

전 세계에서의 기증 점수 (회수 점수의 추이는 40% 참조)



전 상품 리사이클 활동



‘필요한 때에, 필요한 사람에게, 적합한 방법으로’ 동일본 대지진 피해지역, 소말리아 기근지원에 의연금, 의류를 기증

2011년 3월에 발생한 동일본 대지진 피해지역에 대한 지원활동에서 FR은 의연금과 지원금, 지원의류의 기증과 더불어, 자원 자원봉사자들이 의류를 직접 배포하여, 총 115만 점(10.6억엔 상당)을 전달하였습니다. 단지 옷을 전달하는 것만이 아니라, 정말로 필요한 때에, 정말로 필요한 옷을 전달하기 위하여, 복구 상황과 기후, 현지의 요망 등을 고려하여, 티셔츠와 속옷 등의 생활필수품을 중심으로 지속적으로 지원했습니다. (상세한 내용은 39쪽 참조)

한편, 60만 명의 최악의 가뭄 등으로 기근에 허덕이는 소말리아에 대해, FR 이름으로 미화 100만 달러, 아나이 타다시 대표이사 회장 겸 사장 개인 이름으로 미화 100만 달러, 총 200만 달러를 UNHCR을 통하여 기부했습니다. 아울러 전 상품 리사이클 활동을 일환으로서, 케냐에 피난해 있는 소말리아 난민들에게 약 100만 점의 의류도 지원했습니다. 안타깝게도 일본 국내에서는 소말리아의 참상에 대해 아직 잘 모르고 있는 사람이 많습니다. FR의 이번 지원이 이 문제에 대한 사회적 관심을 조금이라도 끌어낼 수 있는 계기가 되었으면 합니다.



이해관계자와 연계·협동하면서 부하 삭감에 도전한다

SPA의 모든 과정에서 환경부하 저감을 추진하고 있습니다.

사업을 하는 한, 환경에 대한 부하를 완벽하게 제로로 할 수는 없습니다. 하지만, 그 환경부하를 최대한도로 제로에 근접시키려는 노력은 반드시 필요하며, 그것은 상품 품질의 일부라고 저희는 생각합니다. 그래서 유니클로에서는, 사업을 전개하고 있는 각 나라의 안전기준 중에서 가장 엄격한 것을 글로벌 품질·안전기준으로 채용하여, 파트너 공장에도 준수하도록 요구하고 있습니다. 또한, '생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC)'을 제정하여, 2004년부터는 이를 바탕으로 한 모니터링을 실시하고 있습니다. 환경보호에 관한

항목이 포함된 노동환경 모니터링은 봉제공장에 대해 이전부터 시행해 왔는데, 2010년에는 생산과정 중, 봉제공장의 전 단계에 해당하는 소재공장에 대해 새로운 환경기준을 제정하여 환경 모니터링에 착수하고 있습니다. 이러한 환경부하 저감 노력은 지속성이 중요합니다. 앞으로도 사내의 부문 횡단적인 프로젝트의 강화, 업계 타사 및 NGO와의 대화, 관리기준 및 모니터링 등의 체크 시스템 강화 등에 전력을 다해 임하겠습니다.



소재공장의 환경 모니터링을 시작하고 공장과 함께 환경문제에 임한다

독자적인 환경기준을 제정

환경 부하를 어떻게 줄일 것인가는 기업의 중요한 과제입니다. 패스트 리테일링(FR)에서는 이 문제를 중시하여, 앞으로도 환경문제에 관하여 생산 파트너와 함께 적극적으로 대응해 나가겠습니다. 봉제공장을 대상으로 FR이 요구하는 행동기준인 '생산 파트너 대상 윤리 규범(CoC)'을 제정하고, 그 중 환경보호 규정을 바탕으로 모니터링을 실시하고 있습니다.

이제까지의 추진 내용은 SPA로서의 서플라이 체인 가운데 옷을 봉제하는 과정에 중점을 둔 것이었습니다. 그러나 사업 전체 프로세스 가운데 가장 환경부하가 높은 것은 봉제의 전 단계에 해당하는 방적과 염색 등의 소재생산 프로세스라고 저희는 생각합니다. 여기에는 많은 에너지와 물, 화학물질을 사용하기 때문입니다. 그러한 관점에서, 2010년부터는 봉제공장뿐 아니라, 그 전 단계인 소재공장에 대해서도 독자적인 '소재공장 대상 환경기준 가이드북'을 제정. 이를 바탕으로 한 모니터링을 실시하여, 배수 등 배출물의 처리·측정, 폐기물 관리, 화학물질 관리, 종업원의 건강·안전 등의 상황을 확인하고 있습니다.

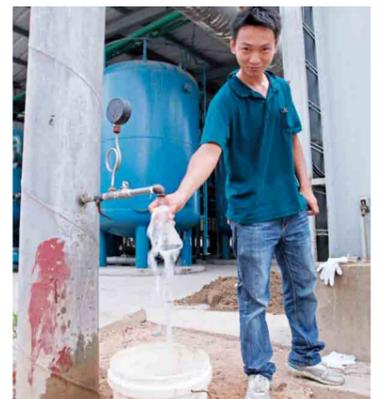
75개 소재공장에 대하여 모니터링을 실시

2010년 6월부터 2011년 3월에 걸쳐, FR 그룹에 소재를 공급하고 있는 파트너 공장 75개 공장에 대하여 모니터링을 실시했습니다. 그 결과, 2개 공장에서는 지적 사항이 검출되지 않았으며, 그 외의 지적 사항이 검출된 공장에 대해서는 즉각적으로 개선을 요구하고, FR 사원에 의한 현장 확인 등도 실시하여, 지속적으로 개선을 위한 후속조치를 하고 있습니다. 또한, 전문기관의 현장 확인을 필요로 하는 문제점이 지적된 4개 공장에 대해서는, 전문기관에 의한 후속 모니터링을 실시했습니다. 구체적인 예로서는, 보일러 배수의 일부가 빗물 배수 도랑에 배출되고 있었던 예, 소음과 발전설비의 배기 등 환경면의 영향이 측정되고 있지 않았던 예 등이 있습니다.

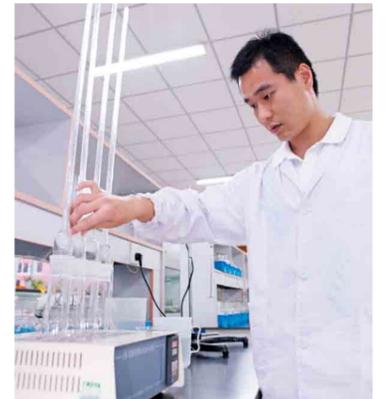
소재공장은 일반적으로 공장의 규모가 커서, FR 그룹 이외의 기업에 제공되는 제품도 동시에 생산되고 있는 경우가 많습니다. 그러므로 공장의 환경부하를 줄이기 위해서는 글로벌한 의류업계 전반의 협동이 반드시 필요합니다. 이러한 면에서도 저희는 업계와 연계한 기준 제정을 적극적으로 추진하여 이 문제에 대응해 나가도록 하겠습니다.



소재공장에서는, 방적과 염색 공정에서 많은 에너지와 물, 화학물질을 사용합니다.



공장 내 배수는 적절한 처리를 거쳐서 배수되는가를 수시로 확인하고 있습니다.



공장에서는 법률에 기초하여, 배수 처리·측정을 실시. FROI 결과 제출을 요구했을 때는 곧바로 제출하도록 주문하고 있습니다.

이해관계자와 연계·협동하면서 부하 삭감에 도전한다

진정한 'MADE FOR ALL'을 목표로 환 경문제에 임하겠습니다.

저희 패스트 리테일링(FR)은 의류 비즈니스를 통하여 모든 나라와 지역, 사회의 사람들에게 좋은 회사, 가치 있는 회사가 되기를 바랍니다. 의류 사업을 통하여 사회를 좋은 방향으로 바꾸어 가고 싶다고 진심으로 생각하고 있습니다.

'모든 국가와 지역, 사회의 사람들'에는 FR그룹 매장에 찾아주시는 고객은 물론, 파트너 공장에서 일하는 분들, FR의 사원, 그리고 넓게는 이 사회를 구성하고 있는 모든 사람이 포함됩니다. 저희 옷은 'MADE FOR ALL'의 옷입니다. 세계의 모든 사람에게 있어 좋은 회사가 되기 위하여 저희가 해야 할 일을 하나씩 해 나가겠습니다.

환경문제에 대한 대응은 그 커다란 테마의 하나입니다. 고품질 저가격의 상품을 제공하는 것에 그치지 않고, 그러한 상품을 기획, 생산, 판매, 그리고, 리사이클하는 모든 과정에서 가능한 한 환경부하를 줄이도록 하겠습니다. 아울러 그 일에 종사하는 모든 사람이 안심하고, 안전하며 쾌적한 환경에서 일할 수 있도록 하는 것이 필요합니다.

원재료 조달 단계에서 시작하여 최종 상품이 되고, 옷으로서의 역할을 마친 후 리사이클되기까지, 그 모든 과정이 저희의 책임입니다. 그렇게 FR은 인식하고 있습니다. 저희가 세상에 내놓는 상품의 가치는 가격이나 품질에만 있는 것이 아닙니다. 고객이 만족할 수 있는 상품이 안전하고 쾌적한 공장에서 환경부하가 적은 방법으로 생산되며, 적절한 방법으로 판매되고, 유효하게 리사이클되는 것. 이러한 모든 것이 상품의, 그리고 기업의 가치이며 그것은 전 세계의 고객에게 반드시 지지받는다. 그렇게 믿고 있습니다.

'MADE FOR ALL'. 그 의미를 깊이 새기면서 저희는 앞으로도 '정말 좋은 옷'을 추구해 나가도록 하겠습니다.

고객에게 제공하는 상품으로 환경문제에 공헌하는 '히트텍'의 힘

겨울철 기능성 웨어 '히트텍'은 유니클로와 도레이 주식회사의 파트너십에 의해 2003년에 탄생. 누계 판매 수는 2억 벌을 넘었습니다. '겨울철 두꺼운 옷으로부터의 해방', '추운 날도 적극적으로 외출', '추운 실내에서의 쾌적한 생활' 등 일상의 라이프 스타일을 변화시키고 있습니다. 유니클로가 2011년 8월에 실시한 '히트텍에 관한 전국 소비자 조사'에 따르면, 히트텍을 입어 본 사람들 가운데 80.8%가 일상생활의 변화를 실감하고 있으며, 전력부족을 방지하기 위한 절전으로 말미암아 울겨울이 더욱 추워질 것이라고 걱정하는 사람은 52.8%에 달하는 것으로 나타났습니다.

유니클로가 2010년에 판매한 히트텍은 8,000만 벌. 가령 고객 1명당 2벌에, 1세대가 4명이라고 가정한다면 구매 세대수는 1,000만 세대가 됩니다. 이 세대들이 난방온도를 1℃ 낮춘다면 소비전력은 58만kW가 삭감될 것입니다. 또한, CO2 배출량은 104만 톤 삭감할 수 있어, 산림면적으로 환산하면 도쿄의 약 1/3에 상당합니다(도레이 주식회사 조사). 히트텍이 추운 겨울의 절전에도 도움이 될 수 있기를 기대합니다.



숫자로 보는 2011년도 활동 보고

CONTENTS

고객에 대한 책임.....	32
거래기업에 대한 책임.....	34
사원에 대한 책임.....	36
지역사회에 대한 공헌.....	38
환경에 대한 책임.....	40
코포레이트 거버넌스 / 컴플라이언스	41

고객에 대한 책임

모든 '고객'에게 정말 좋은 옷을 제공

기본방침

패스트 리테일링은 상품, 매장, 서비스, 마케팅 등 판매에 관계된 활동은 물론, 조직체제 만들기과 경영계획, 그 외 모든 경영시책에 관해서도 '고객의 입장에 입각'하는 것을 항상 의식하며 추진합니다.

고객과의 3 가지 약속

유니클로에서는 '고객과의 3가지 약속'을 제정하여 점포에 제출함과 더불어, 매일 모든 매장에서 제창함으로써 현장에서의 고객 제일주의를 철저히 하고 있습니다.

1. 매장을 청결히 하겠습니다.
2. 광고 상품의 절품을 방지하겠습니다.
3. 30 일 이내의 상품은 반품 교환해 드립니다.



고객으로부터 접수된 의견

2010년도 72,289건

2011년도 73,440건

고객의 의견을 경영에 반영하기 위하여

패스트 리테일링(FR)은 메일과 전화, FAX 등을 통한 고객 창구를 설치하고, 연중무휴로 고객의 문의를 접수하고 있습니다. 또한, 유니클로의 매장에서 고객에게 '서비스에 관한 양케트' 엽서를 적극적으로 배포하여, 고객의 의견을 직접 접수하고 있습니다. 2011년도에는 동일본 대지진 피해지역으로의 지원에 대하여 많은 요청과 의견이 있었습니다.

고객으로부터 받은 의견은 CS(Customer Satisfaction, 고객 만족) 추진부가 정리하여, 신속하게 관련 부서와 경영진에게 보고함과 동시에, 회답이 필요한 의견에 관해서는 신속하게 회답하는 체제를 갖추고 있습니다

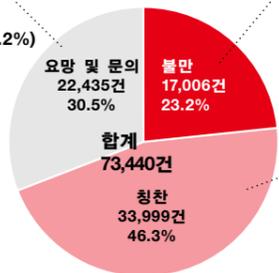
고객의 의견을 바탕으로 한 상품 기획의 예

- '히트텍' 기능이 부착된 '브라탑' 고객으로부터 요청을 접수하여, 유니클로의 '히트텍' 기능이 부가된 '브라탑'을 2011년 추동 시즌부터 판매하고 있습니다.
- 남성용 'EASY EXERCISE INNER' 개발 고객으로부터 운동에 적합한 고기능 이너에 대한 요청이 다수 접수되고, 시장 수요도 높아서, 남성용 'EASY EXERCISE INNER'를 개발, 출시하여 호평을 얻고 있습니다. 또한, 여성용 '스타일업 이너(STYLE UP INNER)'가 판매 호조를 보임에 따라 체형 보정 기능도 부가하였습니다.



2011 년도에 접수된 고객의 의견 집계 결과

- 주요 요청 및 문의 내용
- 상품 (32.9%)
 - 점포 서비스 (32.7%)
 - 프로모션 및 광고활동 (12.2%)
 - 사회공헌활동 (7.9%)
 - 통신판매 (4.9%)
 - 기타 (9.4%)



- 주요 불만 내용
- 점포 서비스 (46.7%)
 - 상품 (43.2%)
 - 기타 (10.1%)

- 주요 칭찬 내용
- 점포 서비스 (95.0%)
 - 사회공헌활동 (0.5%)
 - 상품 및 기타 (4.5%)

철저한 품질·안전 관리체제

유니클로는, 사업전개를 하고 있는 일본·구미·아시아 등, 나라와 지역을 넘어, 각국에서 제정되고 있는 안전기준 중 가장 엄격한 것을 '유니클로의 글로벌 품질 및 안전기준'으로 채용하고 있습니다. 이러한 기준은 생산 담당 임원을 위원장으로 한 '품질 확정 위원회'에서 결정되며, 생산부 내의 생산 리더가 중심이 되어 생산공장과 연계하면서 장인(匠人)(*)멤버의 식견과 경험을 반영하여, 모든 유니클로의 상품이 이 기준을 충족시키고 있는가를 확인하고 있습니다.

확인한 정보는 관련 부서 사이에서 공유하고 있으며 상품품질 고객대응팀이 중심이 되어 고객으로부터의 문의에 원활하게 대응할 수 있는 체제를 갖추고 있습니다.

또한, 매월 CS추진부의 '고객의 의견 및 요청'과 상품 품질 고객대응팀의 '고객이 제안한 안전'을 바탕으로, 일본 외 지역 각 생산사업소(상하이, 선전(深圳), 베트남, 방글라데시)에 피드백하고, 각각에 대한 개선책과 대책을 입안한 '이상치 사례집(**)'을 작성하여, 상품 담당자의 계발과 품질개선에 활용하고 있습니다.

* 1 장인(匠人) : 일본이 전 세계에 자랑하는 섬유산업에서 높은 기술력을 지닌 기술자로 생산현장에서 기술 지도와 공정 관리, 인체 육성을 담당한다. 소재장(素材匠)과 봉제장(縫製匠)으로 나뉘어, 2000년부터 중국을 비롯한 생산지역에서 활약 (현재 30명)
* 2 이상치 사례집 : 개개의 품질 문제에 관한 개선 제안서. 세계 각 사무소 사이에서 수평적으로 공유함으로써 같은 문제가 반복되지 않도록 하고 있다

위험 화학물질 배출 삭감 및 박멸을 위한 노력

'유니클로 글로벌 품질 및 안전기준'에는 화학물질의 사용제한 리스트가 포함되어 있어, 생산부와 CSR부를 중심으로 프로젝트팀을 결성하여 대처하고 있으며, 거래기업에 대해서도 준수하도록 요구하고 있습니다.

상품 리콜 건수



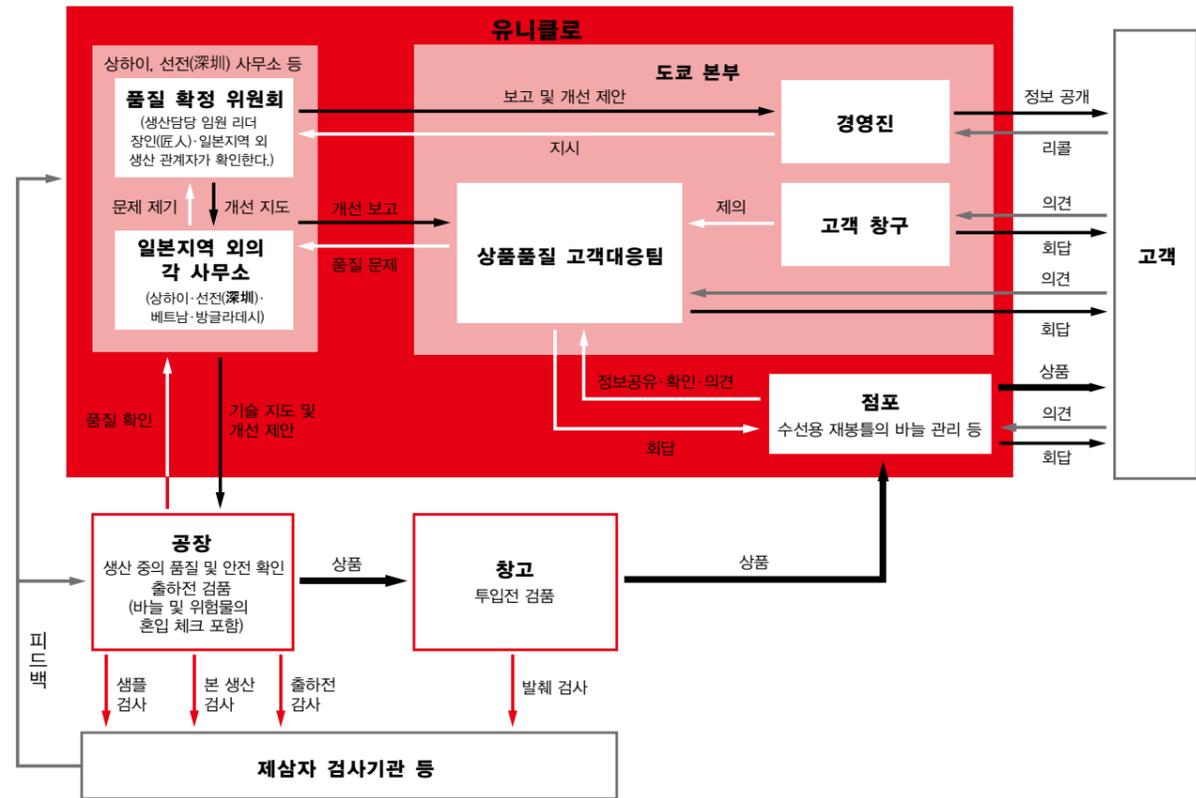
안전성에 관한 제삼자 검사기관의 품질검사

유니클로 상품에 사용되는 모든 소재는, 제삼자 검사기관(**)이 '샘플 검사(염색 견뢰도 검사(***))와 포르말린 검사(****) 등'을 실시하여 안전성을 확인하고 있습니다. 양산에 돌입하면 '본 생산 검사'를 실시하여 다시금 안전성을 확인하고, 공장 출하 시에는 모든 상품의 '출하 전 검품(바늘 및 위험물의 혼입 체크 포함)'을 실시하고 있습니다.

또한, 생산 파트너 공장에서 이러한 검품이 확실히 이루어지고 있는가를 확인하는 '출하 전 검사'를 제삼자 검사기관 등과 협력하여 실시하고 있습니다. 창고에 상품을 반입한 후에는 창고에서의 '투입 전 검품'을 실시하고, 이와 더불어 제삼자 검사기관에 의한 '발체 검사'도 시행되어, 안전 및 품질관리 체제의 강화를 도모하고 있습니다.

* 3 제삼자 검사기관 : 공내청 납입과 일반 상거래에서, 공정한 제삼자로서 섬유 및 상품에 대한 품질 테스트를 하는 기관. 일본에서는 '일본 재단법인 카렌 테스트 센터' 등이 있다.
* 4 염색 견뢰도 검사 : 염색된 상품 고유의 내구성 검사를 말함.
* 5 포르말린 검사 : 포르말린(포말데하이드)은 줄기등을 방지하기 위한 방축제(防縮劑)와 주름방지제, 유연제로서 천연섬유의 가공에 미량이 사용되는데, 피부가 민감한 분은 습진과 염증, 피부 알레르기 등을 일으킬 가능성이 있다.

유니클로의 품질 및 안전관리 체제



거래기업에 대한 책임

더욱 좋은 파트너십의 구축

기본방침

패스트 리테일링은 경영 방식, 기업 거래 자세, 사고방식 등 모든 기업활동에서 '올바름'을 고집합니다. 기업으로서 법령을 준수하고, 공정함을 잃지 않도록 노력하는 것은 물론, 사원 한 사람, 한 사람과 거래기업에 대해서도 '올바른' 행동을 요구하고 있습니다.

노동환경 모니터링 대상 공장 수



그룹 규모의 노동환경 모니터링 실시

유니클로는 중국을 비롯하여 베트남, 방글라데시 등 아시아 지역을 중심으로 약 70개의 거래 기업과 일체가 되어, 상품이, 아동노동 혹은 강제노동 등이 없는 적절한 노동환경에서 생산되고 있는가를 정기적으로 체크하여, 개선 활동을 추진함과 동시에, 정기적인 정보공개를 하고 있습니다.

구체적인 활동으로서는 2004년도에 '생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(CoC)'을 제정하고, 서약서에 서명한 주요 봉제공장의 노동환경을 중심으로, 외부 전문기관에 의한 모니터링을 실시해 왔습니다. 2010년도부터는, 2008년에 제정한 새로운 평가기준을 유니클로뿐 아니라 다른 그룹 기업에도 전개하여, 전 그룹이 동일 기준에서 모니터링을 하고, 사전 모니터링의 실시를 포함하여 추진을 강화하고 있습니다. (상세한 내용은 8~15 쪽 참조) 또한, 소재공장의 환경 모니터링도 75개 공장에서 실시하고 있습니다. (상세한 내용은 28~30 쪽 참조)

공장 컨벤션 개최

2020년을 향한 패스트 리테일링(FR)의 경영방침 공유와 파트너 공장의 노동환경 개선 등의 모범 사례 소개를 목적으로, 2011년 3월에 공장 컨벤션을 개최하였습니다.

2011년 8월 말 시점 FR 그룹의 정례 모니터링 결과

188개 공장 대상

평가	내용	공장 수	
		FR 그룹	(그 중 유니클로)
A	지적 사항 없음	6	(6)
B	경미한 지적 사항 1개 이상	66	(56)
C	중대한 지적 사항 1개 이상	91	(63)
D	매우 중대한 지적 사항 1개 이상	25	(19)
E	즉시 거래 재고 대상으로 할 필요가 있는 매우 악질적이고 심각한 사항	0	(0)

'생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(CoC)'이란?

FR에서는 생산환경(아동노동의 금지와 작업시간의 제한 등)에 관하여 국제노동기구(ILO)의 조약·권고 등을 참고로 한 '생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(Code Of Conduct)'을 제정하여, 파트너 공장과 서약서를 교환하고 있습니다.

'생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(CoC)' 항목

- 아동노동 금지
- 강제노동 금지
- 억압 및 괴롭힘(harassment) 금지
- 차별 금지
- 건강과 안전성에 관하여
- 조합 결성의 자유에 관하여
- 임금과 수당에 관하여
- 노동시간에 관하여
- 환경보호에 관하여
- 사내 규정의 작성에 관하여
- 모니터링 및 본 윤리 규범의 준수



기업거래 윤리위원회 회의에 부친 안전 수



양케트 회수 건수



대등하고 우호적인 파트너십을 구축하기 위하여

유니클로는 거래기업과 대등하고 우호적인 파트너십을 구축하기 위하여 2004년에 '기업거래 윤리위원회'를 설치하고, '우월적 지위의 남용(*)행위 방지 가이드라인'이라는 행동기준을 제정하였습니다. 기업으로서 적절하지 못한 행위를 없애기 위하여 사원의 의식을 높이고, 기업 행동을 재검토하는 것으로, 2009년도부터는 FR 그룹의 모든 회사를 대상으로 추진하기 시작했습니다. 위원회는 CSR 부 책임자를 위원장으로 하며, 상근감사, 사외 감사, 고문 변호사와 사내 관계부서의 책임자를 중심으로 구성되어 있습니다. 2011년도에는 57건의 안전이 회의에 부처졌습니다.

심의에서는, 거래기업과 FR 측, 쌍방의 의견을 청취하고 사실관계를 조사한 후 위원회 회의에 부치고, 그 결과를 통지하고 있습니다.

*우월적 지위의 남용: 거래상의 지위가 우월하다는 것을 이용하여 상대방을 억압하고, 대등한 관계에서는 있을 수 없는 일방적이고 불리한 거래 조건을 강요하는 것.

전 부서를 대상으로 거래기업 양케트 조사

FR에서는 사분기에 한 번, 거래기업과의 문제 유무를 CSR 부가 조사하고 있습니다. 아울러 거래기업에 대해서는 2003년도부터 연 1회의 양케트 조사를 실시. 2011년도에는 그룹 회사를 포함한 395개 사에 양케트를 의뢰하여, 156개 사로부터 회답을 받았습니다. 발주자인 FR은 항상 우위의 입장에 있을 가능성, 거래기업과의 공정한 거래가 이루어지지 않을 가능성이 있는데, 그러한 일이 일어나지 않도록 언제나 노력하여, 거래기업과의 우호적인 파트너십을 구축할 수 있도록 매진하고 있습니다. 회답 내용의 대부분은 호의적인 코멘트였으나, 그중에는 저희 사원의 복장과 언어 사용 등의 비즈니스 예절에 관한 것, 발주와 납기, 금액 등 거래에 관한 것 등 다각적인 의견이 있었습니다. 이러한 의견들을 진지하게 받아들이고 그룹 전체가 공유함과 동시에, 임원과 사원의 행동에 문제가 없었는가를 확인하고 있습니다.

2011년도 거래기업 양케트 결과

● 실시기간: 2011년 7~9월

● 대상: FR 및 그룹 각사의 주요 거래기업

	송부 기업수	회답 기업수(%)
FR/유니클로(일본)	143사	62사(43.4%)
FR/유니클로(일본 이외 지역)	172사	50사(29.1%)
자유(g.u.)	50사	32사(64.0%)
링크 피어리 재팬 (Link Theory Japan)	30사	12사(40.0%)
합계	395사	156사(39.5%)

● 양케트 결과의 코멘트 사례
일본의 지역 거래공장 A사: 거래상당 중 태도가 고압적이라고 느낄 때가 있다
일본국내 거래기업 B사: 친절하게 상담에 응해 주십니다.



사원에 대한 책임

개인의 존중, 회사와 개인의 성장

기본방침

패스트 리테일링은 일하기 편한 직장환경 실현과 사원 만족도의 지속적인 향상을 목표로 하고 있습니다. 한 사람 한 사람을 존중하고, 회사와 개인이 더불어 성장할 수 있도록 환경을 정비하고, 글로벌한 시점에서 혁신적인 사업을 해 나갈 인재 육성에 힘쓰고 있습니다.

장애인 고용률 (2011년 6월 1일 현재)

2010년도 유니클로 7.19% → 2011년도

유니클로 7.19%

패스트 리테일링 6.22%
(기업 그룹 산정 후)

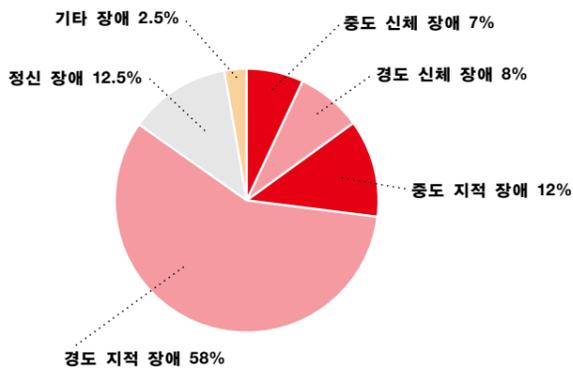
장애인 고용의 추진

유니클로는 2001년부터 '한 점포당 한 명 이상'을 목표로 장애인 고용을 추진해 왔습니다. 장애가 있는 종업원을 여러 스태프가 서포트하는 등, 점포 스태프 간의 팀워크 향상에도 이바지하고 있습니다. 현재는 약 96%의 점포에서 고용이 진행되어, 이미 2명 이상이 일하고 있는 점포도 있습니다. 또한, 지유(g.u.)와 일본 외 유니클로에서도 추진을 개시하고 있으며, 한국에서는 2011년 중에 39명의 고용이 결정된 상태입니다(상세한 내용은 20~21쪽 참조).

2011년 4월에는, 패스트 리테일링(FR)은 그룹 산정 특례 요건을 그룹 각사가 달성하여, 특례(*)를 인정받았습니다. 고용률은 그룹 산정으로는 6.22%가 됩니다(**).

* 1 기업 그룹 산정 특례 : 장애인 고용률 제도에서 장애인의 고용기회 확보 (법정 고용률 = 1.8%)는 기업의 의무로 정해져 있는데, 2009년 4월부터 일정 요건을 갖춘 그룹으로서 후생노동성 장관의 인정을 받은 기업은 특례 자회사가 없는 경우에도 기업 그룹 전체에서 실질 고용률을 통산할 수 있게 되었다.
* 2 후생노동성이 2011년 11월 25일에 발표한 장애인 고용상황에 따르면, 민간 기업의 고용 장애자 수는 366,199명으로 과거 최고치를 경신하였고, 실고용률은 1.65%, 법정 고용률 달성 기업의 비율은 45.3%였다. (후생노동성 HP 게재 보도자료 참고)

종업원의 장애 종류



육아 휴가 취득자 수

2011년도 570명

워크 라이프 밸런스 (Work-life balance)

FR은 일과 생활의 양립을 지원하고, 회사와 개인의 지속적인 성장을 목표로, 사원이 장기에 걸쳐 계속 일할 수 있는 환경을 정비하고 있습니다. 육아 휴가는 아이가 만 1세 생일을 맞이할 때까지, 그리고, 직장 복귀 후의 육아 단시간 근무는 아이가 초등학교 4학년이 되는 해의 3월까지 취득 가능합니다. 남성의 육아 휴가 취득도 촉진하고 있습니다.

	정사원	그 외	합계
육아 휴가 취득자 수	176명	394명	570명
육아 단시간 근로제도 이용자 수	112명	5명	117명
가족 간호 휴가 취득자 수	1명	5명	6명
가족 간호 단시간 근로제도 이용자 수	1명	0명	1명

FR 그룹 종업원의 주재국과 지역

2010년도 17개국 이상
↓
2011년도 19개국 이상

글로벌한 커뮤니케이션을 목표로

사업의 글로벌화에 따라 세계 19개국 이상의 나라와 지역에 FR 그룹의 종업원이 주재하며 비즈니스를 전개하고 있습니다. 이러한 가운데, 그룹 내 커뮤니케이션을 더욱 원활하게 하고, 업무속도 향상을 위하여, 2012년 3월부터 사내 영어 공용어가 시행됩니다. 이에 따라 현재 종업원을 대상으로 영어 교육 프로그램을 실시하고 있습니다.

글로벌하게 활약할 수 있는 경영자를 육성

FR에서는 글로벌하게 활약할 수 있는 경영 인재를 육성하기 위한 기관 'FR Management and Innovation Center (FRMIC)'를 설립하여 전 세계의 우수한 인재를 국적에 관계없이, 미래의 경영 인재 후보로서 채용·육성하고 있습니다. 이는 글로벌 경영 인재 200명 육성을 목표로 한 것으로, 대상자의 성장을 항시 확인하고, 적절한 기회를 제공하여, 자발적인 성장을 촉진하는, 이제까지 없었던, 전혀 새로운 시도입니다.

2010년도의 재적자수는 100명이었지만, 2011년도에는 멤버 교체와 신규 멤버의 참가로 115명이 되었으며, 상하이와 파리 뉴욕 등의 일본 국외 거점에서도 활동이 시작되고 있습니다.



국가·지역별 종업원 수



노동재해 재발 방지를 위한 노력

FR은 통근 시 혹은 업무 중에 부상이나 사고가 없도록 종업원에 대해 주의환기를 하고 있습니다. 업무 중 사고에 관해서는, 유니클로 점포 안에서, 수선작업 등을 할 때 사용하는 재봉틀 관련 사고가 가장 많이 발생하고 있습니다. 사고가 발생한 경우, 그 원인 등에 관한 보고서를 제출하고, 원인 파악과 필요에 따라 개선을 하는 등 적절한 대응을 하고 있습니다. 앞으로도 사내 통달 등을 통하여 정기적인 주의환기를 하여, 재발 방지에 힘쓰겠습니다.

노동재해 건수

2010년도 437건 → 2011년도 452건

업무시간 단축과 종업원의 건강관리

FR은 장시간 노동을 줄이고, 업무 효율 향상을 목적으로, 본부에서 주 4일의 시간 외 근무 없는 날을 설정, 정기적으로 그룹 전체에 주의를 환기하고, 시간 외 근무가 많은 부서와 개인에게는 개별 지도도 하고 있습니다. 그 외에, 정사원을 대상으로 통상의 유급휴가 이외에, 연간 16일의 특별휴가를 설정하고, 계획적인 휴가 취득을 촉진하고 있습니다.

사원의 건강관리에 관해서는 매달 건강에 관한 정보를 메일로 발송하고, 건강 상담실도 개설하고 있습니다. 또한, 정신 건강에 관해서는 사외에 상담창구를 두고 있습니다.

지역사회에 대한 공헌

'지역 공동체'와 조화하는 발전

기본방침

패스트 리테일링은 '높은 윤리관을 가진 지구시민으로서 행동합니다.'라는 행동규범 아래, 국제사회가 안고 있는 과제를 인식하고 지구환경에도 배려하는 행동을 하도록 노력하며, 사회와의 조화로운 발전을 지향합니다.

상품을 판매하는 '그라민 레이디'의 수

100명 이상

방글라데시에서의 소셜 비즈니스 운영

패스트 리테일링(FR)은 2010년 9월 '유니클로 소셜 비즈니스 방글라데시'를 설립하고, 그라민 은행 그룹과 협동하여 방글라데시 인민공화국에서 소셜 비즈니스를 시작했습니다. FR의 강점인 고품질·저가격의 옷을, 기획부터 생산, 판매까지 일관하여 현지에서 실천함으로써, 방글라데시의 사회적 과제(빈곤, 위생, 교육 등)를 새로운 비즈니스 수법으로 해결해 가고자 하는 시도입니다. 시작한 지 1년이 조금 지난 지금, 여러 과제와 더불어 비즈니스의 새로운 가능성도 보이기 시작하고 있습니다. 앞으로 2년 안에, 연간 100만 매의 의류 생산·판매와 1,500명의 고용 창출을 목표로 노력해 나가겠습니다(상세한 내용은 24~25쪽 참조).



리사이클 의류를 전달한 나라

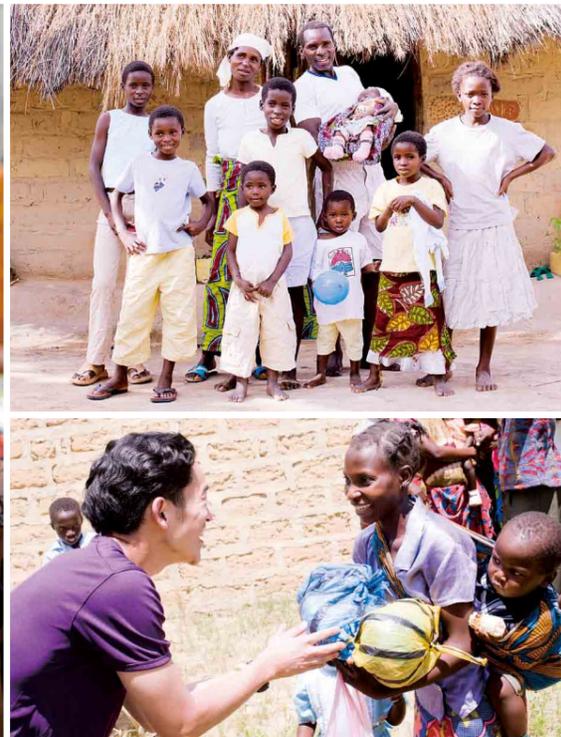
2010년도 17개국

2011년도 22개국

세계 각지에서 의류를 통한 지원 실시

전 상품 리사이클 활동을 통하여, 정말로 옷을 필요로 하는 전 세계의 사람들에게 의류를 통한 지원을 하고 있습니다. 지금까지 카자흐스탄, 타지키스탄, 키르기스, 세르비아, 케냐, 잠비아 등의 나라들에 약 420만 벌의 의류를 전달하였습니다. 옷에는, 더위와 추위를 막는 역할뿐만 아니라, 부상과 병으로부터 몸을 보호하고, 옷을 입는 기쁨과 생활의 질을 높여주는 등의 힘이 있습니다.

2011년 9월에는 케냐에서 피난생활을 하는 소말리아 난민에게 100만 벌의 의류지원을 표명하고, 이를 실시했습니다(상세한 내용은 26~27쪽 참조).



'세토우치 올리브 기금'을 지원

NPO법인 '세토우치 올리브 기금'은 산업폐기물 불법투기 사건이 있었던 테시마(豊島)와 이를 비롯한 세토우치해(海)의 섬들, 그리고 연안부에 풍요로운 자연을 재생하기 위하여 2000년에 시작한 활동입니다. 유니클로는 2001년부터 모든 점포에서의 모금활동과 종업원들에 의한 자원봉사 활동을 하고 있으며, 2011년 9월부터는 자유(g.u.)에서도 모금활동을 시작했습니다.

고객으로부터의 모금과 활동실적

모금액 누계:

176,685,895엔

(2011년 8월말 현재)

현재까지 자원봉사활동에 참가한 종업원의 연인원

1,646명

패스트 리테일링 자원봉사 클럽

패스트 리테일링은 2004년에 종업원이 자발적으로 사회공헌 활동에 참가할 수 있도록 자원봉사 조직 '패스트 리테일링 자원봉사 클럽'을 발족했습니다. 종업원이 적극적으로 자원봉사 활동에 참가할 수 있도록 활동경비 보조 등을 하고 있으며, 올해는 223명이 참가하여, 지금까지 연인원 1,646명의 종업원이 참가했습니다.

스페셜 올림픽스 일본에 대한 지원

스페셜 올림픽스(SO)는 지적 발달 장애를 가진 분들에게 다양한 스포츠 트레이닝의 기회와 그 결과를 발표할 장으로서 경기대회를 제공하는 국제적인 스포츠 조직입니다. 유니클로는 2002년부터 SO 일본본부의 공식 파트너로서 자원봉사자용 유니폼을 제공하고, 경기 대회의 운영 자원봉사자로서 지원하고 있습니다. 2011년에는 아테네 하계 SO 세계대회에 출전하는 일본 선수단의 대회용 파카, 티셔츠 등 총 400점을 제공했습니다.

동일본 대지진 피해지역에서 의류 배부활동을 한 사원 자원봉사자 수

177명

동일본 대지진 피해자들에게 배부한 지원의류 수

1,153,000점



식수 그루 수

2010년도 104,226그루

2011년도 132,497그루

동일본 대지진 피해지역에 대한 지원

지진 피해자들에게 재해 직후부터 내의류 등의 생활필수품을 중심으로 한 의류, 약 115만 점(10.6억 엔 상당)을 전달했습니다(상세한 내용은 27쪽 참조). 또한, 고객으로부터의 모금액 2.7억 엔, 거래기업으로부터의 지원금 약 1.3억 엔에, FR 그룹으로부터 2억 엔, 전 세계의 그룹 종업원들로부터 1.8억 엔, 야나히 타다시 대표이사 회장 겸 사장으로부터 10억 엔의 의연금을 모아서 일본 적십자사에 기부했습니다.

이 밖에도, 일본 국내의 유니클로 상품 1점의 매출에서 100엔을 기부하는, 기간 한정 지원 프로그램을 통한 기부 및 세계적인 저명인사들의 응원 메시지를 프린트한 티셔츠 'SAVE JAPAN! UT' 판매수익 약 1억 엔의 기부 등 다양한 방법으로 지원했습니다. 대지진 고아를 위한 장학금으로서 설립된 '모모·카키 육영회(*)'에도 2.3억 엔의 기부와 지원을 하고 있습니다.

*모모·카키(桃・柿) 육영회 동일본 대지진 고아 육영 자금: 건축가 안도 타다오씨가 실행위원장으로 설립. FR의 야나히 타다시 대표이사 회장 겸 사장도 발기인으로 참가.



환경에 대한 책임

지속적인 환경부하 저감과 환경보전활동

기본방침

패스트 리테일링(FR)은 환경에 관한 법령을 준수하고, 국제사회가 안고 있는 과제와 지구환경에도 유의하여 행동하고자 다짐하고 있습니다. 기업으로서 환경부하를 최소한으로 억제하기 위하여 우선 할 수 있는 것은 경영의 효율화라고 생각합니다. 불필요한 업무를 하고 있지는 않은지, 최소한의 자원으로 최대의 부가가치를 제공하기 위해서는 어떻게 하면 좋은지를 항상 생각하며 행동하고 있습니다.

환경에 대한 생각

패스트 리테일링(FR)은 상품의 기획, 생산, 물류, 판매, 폐기까지 SPA의 모든 프로세스에서, 2007년에 제정한 환경방침 아래, 환경부하 저감을 도모해 나가겠습니다. 또한, 2006년부터 시작한 유니클로의 전 상품 리사이클 활동처럼, 본업을 통하여, 고객과 하나가 되어 노력할 수 있는, 정말로 효과를 실감할 수 있는 환경보전 활동을 계속하여 추진해 나가겠습니다.

유니클로 사업에서의 노력과 주요 환경부하 항목

A 상품에서의 환경 배려

히트텍과 드라이 등 최첨단 소재를 사용함으로써 의류를 통하여 사람들의 쾌적한 생활에 공헌하는 것도 환경에 대한 배려라고 생각합니다.

B 위험 화학물질 배출 삭감 및 박멸을 위한 노력

2011년 8월 12일, FR은 상품의 라이프 사이클 전체에서 위험 화학물질의 배출 삭감 및 박멸을 지향한다는 정책을 선언하였습니다(상세한 내용은 CSR 웹 사이트 참조 www.fastretailing.com/jp/csr/).

C 물류에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동

고효율의 물류체제를 구축할 목적으로, 항상 물류의 흐름을 재고하고 개선하도록 힘쓰고 있습니다. 또한, 2006년부터 상품 배송용 포장상자의 중량을 재검토하여, 15%의 경량화를 꾀함으로써 코스트 삭감과 자재 삭감을 지향하고 있습니다.

D 사무실에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동

본부에서는, 프리 어드레스(free address)제를 도입하여, 부서 변경이나 인원 증가 등으로 레이아웃을 변경할 때에 발생하기 쉬운 비품과 자원의 낭비를 없애고 있습니다. 또한, 스캐너 프린터의 도입으로 종이 프린트를 줄이도록 주의를 촉구하고 있습니다.

E 점포에서의 에너지 절약 및 자원 절약 활동

유니클로와 지유(g.u.)의 모든 점포에 '점포에서의 에너지 절약 및 자원 절약 매뉴얼'을 배포하고, 전력 사용량 등의 삭감을 철저히 체크하고 있습니다. 또한, 점포에 따라서는, 에어컨 컨트롤러를 도입하거나, 준비시간대의 조명은 영업시간대의 60%를 줄여 조명량을 조절하는 등 절전을 꾀하고 있습니다.

F 전 상품 리사이클 활동

유니클로와 지유(g.u.)의 모든 점포에서는 고객이 불필요해진 의류를 회수하여 재이용(Reuse)·재활용(Recycle)하는 활동을 하고 있습니다. 회수 지역을 일본, 한국, 영국, 미국, 프랑스, 싱가포르 확대하였습니다(상세한 내용은 26~27쪽 참조).

지금까지의 회수량 추이



In 에너지 원재료 투입	에너지 연료 등	D	가스 사용량	수도 사용량		
		본부 사무실 전력 사용량 5,658,031kWh	7,937m ³	11,764t		
자재 등	에너지 연료 등	D	본부 사무실 복사용지 사용량 8,330,000매			
		본부 사무실 에너지 사용량 (열량) 2,040,480GJ 물 사용량 5,846,711t	일본 국내 물류 에너지 사용량 (열량) 203,020GJ	점포 전력 사용량 140,618,957kWh		
Out CO ₂ 와 폐기물 배출	자재 등	A	B	C	E	F
		기획	생산	물류	판매	사용/폐기
폐기물 리사이클	자재 등	D	본부 사무실 CO ₂ 배출량 (전력, 가스) 3,575.8t-CO ₂			
		본부 사무실 CO ₂ 배출량 211,229t-CO ₂	일본 국내 물류 CO ₂ 배출량 (전력) 13,903t-CO ₂	점포 CO ₂ 배출량 (전력) 78,887t-CO ₂	용기 포장 4,173t	
폐기물 리사이클	자재 등	D	본부 사무실 가연물 배출량(휴지 등) 634.9t 불연물 등 배출량(페트라스틱 등) 6.9t			
		점포 일반폐기물 배출량 22,339.8t	고객 전 상품 리사이클 활동으로 제공해주신 상품 658t			

※ 원칙적으로, 2011년도의 수치를 기재하고 있습니다. ※ 본부 사무실의 데이터 중 가스 사용량은 아마구치 본사만을 대상으로 하고 있으며, 그 이외의 것은 아마구치 본사와 도쿄 본부의 수치입니다. ※ 전력·LPG·천연가스·중유·경유·휘발유·석탄·석탄가스·중기 사용량을 열량으로 환산. ※ 용기 포장은 (유니클로, (주)지유(g.u.))의 소량백(중이·폴리에틸렌) 사용량입니다. ※ 물류 데이터는 2010년 4월~2011년 3월까지의 데이터입니다. ※ 점포 데이터에는, 세입자로 들어가 있는 일부 점포는 포함되어 있지 않습니다.

코포레이트 거버넌스 / 컴플라이언스

모든 이해관계자에 관계된 경영의 중요과제로서 강화에 힘쓴다.

기본방침

기업의 사회적 책임을 다하기 위하여, 컴플라이언스를 중시하고, 그것이 그룹 전사의 종업원 한 명 한 명에게 침투될 수 있도록 체제를 정비하고 있습니다.

모든 종업원과 윤리 규범 내용을 확인

FR 그룹 윤리 규범(Code Of Conduct)은 유니클로를 비롯하여 FR 그룹 각사에 도입을 추진하고 있습니다. 입사 시에 내용을 설명하여, 이를 바르게 이해할 수 있도록 하는 한편, 연 1회 사원이 이 내용을 재확인하고, 윤리 규범 준수를 서약하는 서면에 서명하도록 하는 등, 확실한 침투를 꾀하고 있습니다.

향라인 상담 건수

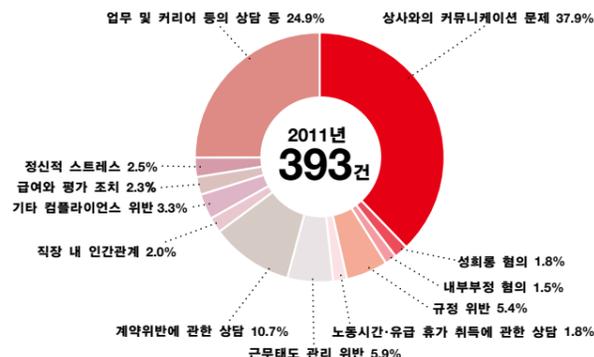


사내 신고 창구의 운용

FR은, 일에 관한 고민과 윤리 규범 위반에 관하여, 전화나 전자 메일, 편지 등으로 상담할 수 있는 종합창구(향라인)를 설치. 상담 창구는 인터넷 상에서 공개하고 있는 것 외에, 종업원 휴게실에 포스터를 게시하는 등 사원들이 상담하기 쉬운 체제를 마련하고 있습니다. 윤리 규범 위반의 혐의가 있는 사건에 관해서는 향라인 담당자가 상담자의 프라이버시를 보호하면서 실태 조사를 실시. 정기적으로 개최되는 윤리 규범 위원회에서는 안전별로 구체적인 해결을 위한 심의를 하고 있습니다. 또한, 향라인 사무국에서는, 신고 건수가 많은 '상사와의 커뮤니케이션 문제'에 관한 사례를 거론하여 세션을 펼치는 등 윤리 규범에 관한 이해를 촉진하는 활동도 하고 있습니다.

앞으로도 그룹 회사 전체에 대하여 컴플라이언스 위반에 관한 사례를 공개하는 등 재발방지에 힘쓰겠습니다.

향라인 2011 년도의 건수와 내용



※ 수치는 일본 국내 그룹 회사 (FR, 유니클로, 캐번, 지유(g.u.)) 의 합계

내부 통제

FR은, 사업 활동의 기본방침을 정한 기업이념 'FAST RETAILING WAY' 및 기업윤리와 컴플라이언스의 기본자세를 담은 윤리 규범을 철저히 시행하도록 하고 있습니다. 적법, 적정, 그리고 효율적인 사업활동, 재무제표의 신뢰성 확보 및 기업정보 공개에서의 통제와 절차를 확립하고 있습니다. 또한, 이러한 것을 담보하기 위하여 당사는 객관적인 내부감사와 더불어 패스트 리테일링 그룹으로서 정기적으로 리스크 분석을 하고, 리스크 관리에 임하고 있습니다.

코포레이트 거버넌스 / 컴플라이언스 추진체제

FR은 이사회와 독립성과 감독기능을 강화하면서, 이사회와 감사 멤버는 과반수이상을 사외에서 선임하는 등, 신속하고 투명성 있는 경영을 실현하여 코포레이트 거버넌스의 수준을 높이고 있습니다. 또한, 컴플라이언스에 관해서는, 법령준수는 물론, 도덕과 윤리에 바탕을 둔 행동을 침투시키는 것으로 보고, 그 활동의 축이 되는 사내 체제를 구축하고 있습니다.

● FR 'CSR 위원회'

FR 그룹 전체의 컴플라이언스 추진 체제와 사회 및 환경활동 등을 주제로 논의합니다. CSR 부 책임자가 의장이 되고, 경영 수뇌부, 임원, 사외 유식자 등으로 구성되어 있습니다. 2011년도에는 9월 말 시점까지 2회 개최했습니다.

● FR '윤리 규범 위원회'

윤리 규범의 침투에 대해 논의하는 위원회. 향라인에 올라온 사내의 컴플라이언스상의 문제점과 관련된 내용을 거론하여 구체적인 해결책을 검토하고, 개선을 꾀합니다. 위원장인 총무부 책임자와 감사역, 사외 변호사로 구성되며, 2011년도에는 12회 개최.

● FR '기업거버 윤리위원회'

CSR 부 책임자를 위원장으로 하며, 종업원의 의식을 높이고, 기업 행동을 재검토하기 위한 위원회. 2011년도에는 15회 개최.

개인정보의 보호

FR은 윤리 규범에 대한 교육에, 개인정보의 취급에 관한 중요성을 내포시켜 개발활동에 힘쓰고 있습니다. '개인정보 취급 가이드라인'의 운용, 중요한 개인정보를 취급하는 부서에서의 지문인식 등에 의한 입실통제, 폴더에 대한 액세스(접근) 제한, 아울러 각 점포에서는 개인정보 관리책임자를 두어 고객 정보 관리 규칙을 철저히 지키고 있습니다.

패스트 리테일링 그룹 개요

주식회사 패스트 리테일링

패스트 리테일링은 캐주얼 웨어 브랜드 '유니클로'를 중핵으로 하여 일본시장뿐만 아니라, 세계시장에서 사업을 전개하는 어패럴 제조 소매업 그룹입니다. 사업의 중심인 유니클로는 일본 전국에 843 점포, 일본 외 지역에 181 점포를 전개하고, 기획 에서 생산 및 판매까지를 일관하여 행하는 SPA (Specialty stores of Private label Apparel) 기업으로서 고수의 비즈니스 모델을 확립하고 있습니다.

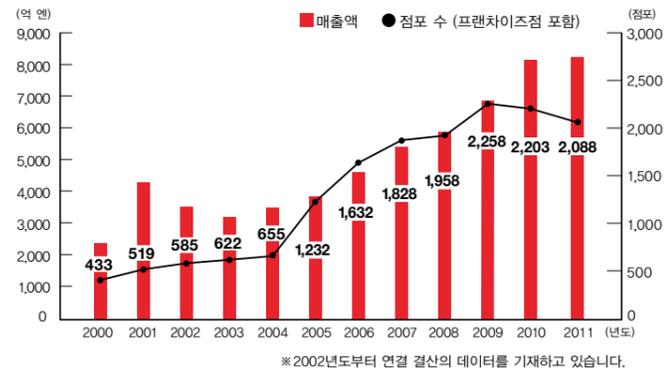
사업에는, 일본 국내외에서 유니클로를 전개하는 일본 국내 유니클로 사업과 일본 외 지역 유니클로 사업, 그 외 어패럴 브랜드를 전개하는 글로벌 브랜드 사업이 있습니다.

회사 개요 (2011년 8월 31일 현재)

상호: 주식회사 패스트 리테일링
FAST RETAILING CO., LTD.
설립: 1963년 5월 1일
본사 소재지: 717-1 Sayama, Yamaguchi-si, Yamaguchi-ken, 754-0894
도쿄본부 소재지: Mid-Town Tower, 9-7-1, Akasaka, Minato-ku, Tokyo, 107-6231
자본금: 102억 7,395만 엔
사업 내용: 주식과 지분의 소유에 의한 그룹 전체 사업활동의 지배 및 관리 등
연결 종업원 수: 14,612명
연결 매출액: 8,203억 엔
연결 영업이익: 1,163억 엔
결산기: 매년 8월 말일

www.fastretailing.com

매출액과 점포 수 추이



일본 국내 유니클로 사업

(일본)



2011년 8월기
매출액: 6,001억 엔
영업 이익: 1,062억 엔
점포 수: 843점포^(*)
※점포 수는 유니클로 매장만을 표시, 프랜차이즈점 포함

www.uniqlo.com

일본 외 지역 유니클로 사업

(일본, 중국, 홍콩, 대만, 한국, 싱가포르, 말레이시아, 영국, 미국, 프랑스, 러시아)



2011년 8월기
매출액: 937억 엔
영업 이익: 89억 엔
점포 수: 181점포

2011년 8월기
매출액: 1,240억 엔
영업 이익: 87억 엔
점포 수: 1,064점포^(*)
※프랜차이즈점 포함

글로벌 브랜드 사업

(Theory 사업, COMPTOIR DES COTONNIERS 사업, Princesse Tam Tam 사업, g.u. 사업)

theory

www.theory.com

COMPTOIR DES COTONNIERS

www.comptoirdescotonniers.com

PRINCESSE tam·tam PARIS

www.princessetamtam.com

g.u.

www.gu-japan.com

패스트 리테일링 그룹 CSR 활동의 발자취

※재해, 난민, 긴급 지원 등에 관한 상세 내용은 27쪽 참조

2001년	3월 4월 10월	사회공헌실 발족, 장애인 고용 추진 (유니클로의 모든 점포에서 1점포 1명 채용 목표 설정) '세토우치 올리브 기금'에 대한 지원을 시작하고, 유니클로의 모든 점포에 모금함 설치 '후리스 리사이클 활동' 개시
2002년	6월	스페셜 올림픽 일본에 대한 지원 개시
2004년	5월 9월	파트너 공장의 노동환경 모니터링 개시 종업원 대상 행동규범 '윤리 규범(Code Of Conduct)' 제정, '윤리 규범 위원회' 설치
2005년	9월 12월	장애인 고용 우량 사업 후생노동성 장관 표창 패스트 리테일링 '그룹 CSR 부' 발족, '제1회 CSR 위원회' 개최
2006년	6월 9월 11월	유니클로의 여성 활약 추진으로 '균등 추진 기업' 도쿄 노동국장 우량상 수상 '후리스 리사이클'에서 대상을 전 상품으로 확대한 '전 상품 리사이클 활동' 개시 첫 'CSR 보고서' 발행
2007년	2월 6월 10월	태국 및 네팔의 난민 캠프 방문. 난민 지원활동 시작. 장애인 고용으로 '재도전 지원 공로자 표창'을 내각부로부터 수상, 인도네시아 자바섬 중부 지진 지원활동으로 '콘주 호조(紺綬褒状)' 표창을 받음 환경방침, 환경 가이드라인 제정
2008년	10월	전 상품 리사이클 활동이 '제5회 아사히 기업시민상' 수상
2009년	3월 6월	전 상품 리사이클 활동으로 회수한 물품 수량이 처음으로 100만 점을 돌파. 공장 노동환경 모니터링에 신 기준을 도입, 운용 개시
2010년	3월 9월 10월	전 상품 리사이클 활동의 연중무휴화 방글라데시의 사회적 과제 해결을 위하여, 옷의 기획, 생산, 판매를 통한 소셜 비즈니스 개시 지유(g.u.) 점포에서 전 상품 리사이클 활동 개시
2011년	2월 3월 9월 9월 11월 12월	UNHCR (유엔난민기구)과 글로벌 파트너십 체결 합의 3월 11일에 동일본 대지진 발생, 지원 시작 전 상품 리사이클 활동의 회수 지역을 영국, 미국, 프랑스로 확대 소말리아 기근에 대한 지원 발표 태국 홍수 피해에 대한 지원 발표 전 상품 리사이클 활동의 회수를 싱가포르에서 개시

패스트 리테일링의 CSR 커뮤니케이션

패스트 리테일링은 다양한 이해관계자 여러분과 커뮤니케이션을 촉진하기 위하여, 본 보고서 이외에도 매장에서 소책자 '옷의 힘'을 배포하고 있으며, 웹 사이트에서 적극적으로 정보를 공개하고 있습니다.

웹사이트

FR CSR
www.fastretailing.com

유니클로 CSR
www.uniqlo.com

Grameen UNIQLO
www.grameenuniqlo.com



"옷의 힘"

활동이나 다양한 사회적 과제에 대해, '옷을 통하여 할 수 있는 일'을 테마로 구성한 소책자, 매장에서 배부(비정기)하며, 웹 사이트에서도 보실 수 있습니다.

www.uniqlo.com/power_of_clothes



편집방침

패스트 리테일링이 발행하는 "패스트 리테일링 CSR 보고서 2012"는, 저희 그룹의 사업활동에 수반하는 사회적 책임을 명확히 하고, 여러분께 알기 쉽게 전달하는 것을 목적으로 하고 있습니다. 본 보고서를 바탕으로, 이해관계자 여러분께서 기대와 관심을 두고 계시는 사항과 우려하시는 점 등에 대해 진지하게 대응해 가겠습니다. 보고 내용은 (주)유니클로의 활동이 중심입니다만, 패스트 리테일링 그룹으로서, 그룹 각사가 하나가 되어, 한층 더 노력을 거듭해 나가겠습니다.

또한, 회사 정보와 최신 정보에 관해서는 매뉴얼 리포트와 패스트 리테일링의 웹 사이트에도 게재하고 있사오니 아울러 확인해 주시기 바랍니다.

면책사항

본 보고서에는 주식회사 패스트 리테일링과 그룹 회사의 과거와 현재 사실뿐만 아니라, 발행시점의 계획과 조정사항, 경영방침 및 경영전략을 바탕으로 한 미래예측이 포함되어 있습니다. 이 미래예측은 기술한 사항에서 필수 가능한 정보에 근거한 가정 혹은 판단이며, 제반 조건의 변화에 따라 실제의 사업활동 결과가 예측과 달라질 수도 있습니다. 독자 여러분께서는 이 점, 널리 이해 바랍니다.

보고 대상 기간

2010년 9월부터 2011년 8월

※본 보고서 상의 수치는, 특별한 언급이 없는 한, 회계연도의 실적을 공개하고 있습니다.

※특히 중요한 보고사항에 관해서는 가능한 범위에서 최신 정보를 공개하고 있습니다.

발행

2012년 1월 (다음 발행은 2013년 1월 예정)

문의처

주식회사 패스트 리테일링 CSR 부 FR_G_frgcsr@fastretailing.com





FAST RETAILING

주식회사 패스트 리테일링
www.fastretailing.com