

Sustainability Report 2018



목차

- 01 목차/편집 방침
- 03 A LETTER FROM OUR CEO
- 06 패스트 리테일링 그룹 기업이념
- 07 지속가능경영 스테이트먼트
- 09 패스트 리테일링 그룹 중점 영역
- 11 특집 Part 1 각자의 현장에서
- 15 특집 Part 2 거래처 공장과 함께
- 19 특집 Part 3 '정보 제조 소매업' 으로의 진화를 통해
- 23 중점 영역 1 서플라이 체인
- 29 중점 영역 2 상품
- 35 중점 영역 3 점포와 커뮤니티
- 43 중점 영역 4 종업원
- 49 기업지배구조/정보 보안/외부 평가/지속가능경영 커뮤니케이션
- 50 패스트 리테일링 그룹 개요

편집 방침

보고 대상 범위:
원칙적으로 패스트 리테일링 그룹
(주식회사 패스트 리테일링 및 일본·해외사업장)을 대상으로 하며, 이와 다를 경우에는 개별적으로 대상 범위를 기재

보고 대상 기간:
2016년 9월~2017년 8월
※ 본 지속가능경영보고서의 수치는, 특별한 기재가 없는 한 회계연도 실적을 개시
※ 특히 중요한 보고사항에 관해서는 가능한 범위에서 최신정보를 개시

참고 가이드라인
GRI '지속가능성 보고 가이드라인 제4판'

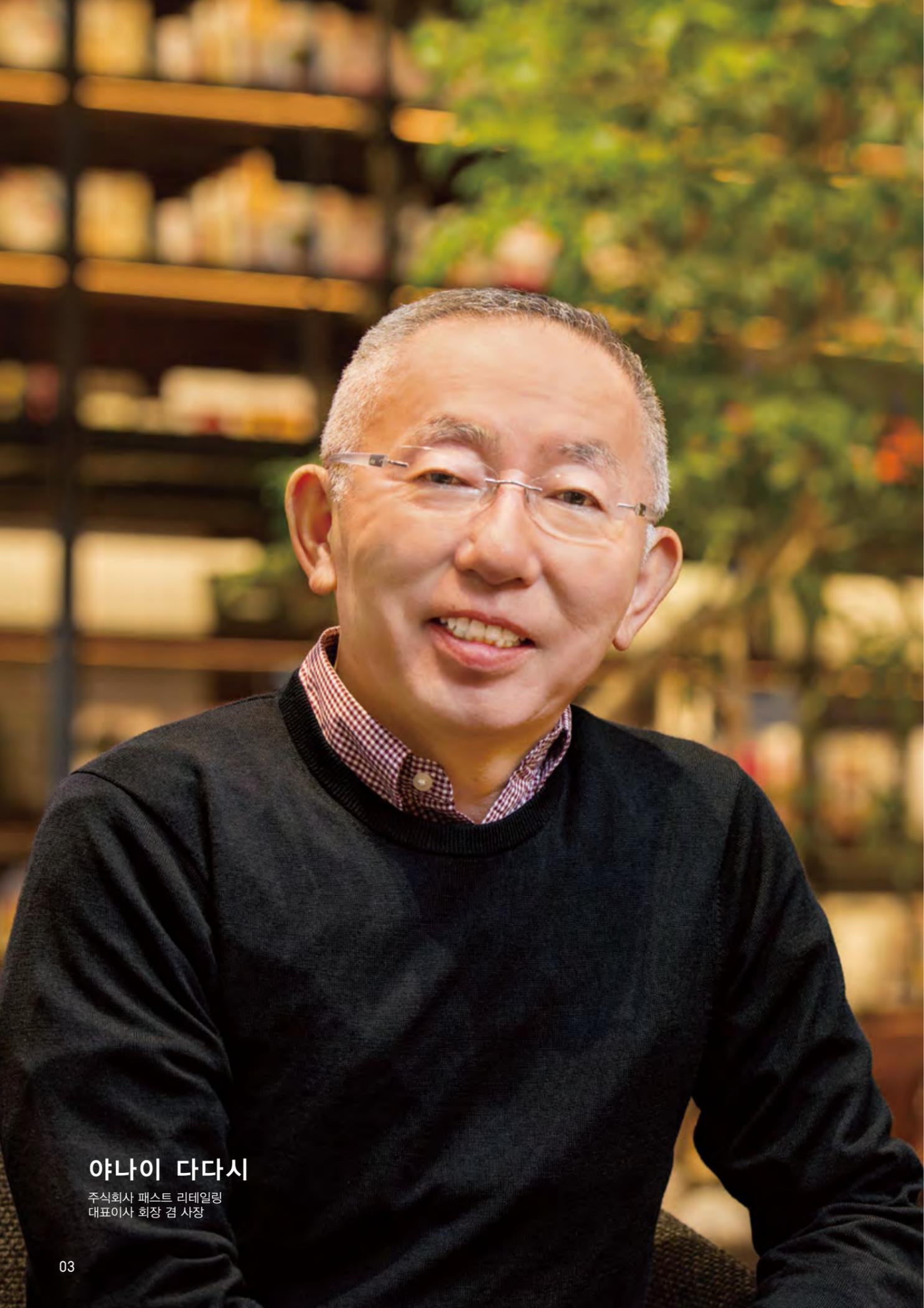
발행:
2018년 1월(다음은 2019년 1월 발행 예정)

패스트 리테일링 웹사이트

- 주식회사 패스트 리테일링
www.fastretailing.com
- 주식회사 패스트 리테일링 'Sustainability'
<http://www.fastretailing.com/eng/sustainability/>(영문)

소재 공장이 건설한 우수 처리장(p18)
거래처 소재 공장 루타이가 건설한 우수처리장. 하루 배수량 2만t 중, 1.2만t의 물을 정화해 공장에서 재이용하며, 이와 더불어 지역 생활 폐수 약 6만t을 정화 처리하여 하천으로 돌려보내고 있습니다.

옷의 힘을, 사회의 힘으로



야나이 다다시

주식회사 패스트 리테일링
대표이사 회장 겸 사장

불필요한 것을 만들지 않는다, 운반하지 않는다, 팔지 않는다

매일의 사업을 통해 지속 가능한 사회를 만든다

지속가능경영의 실현은 비즈니스의 목적

전 세계 국가와 기업, 사람들이 디지털을 통해 직접 연결되는 시대. 세계 곳곳에서 일어난 일이 모든 사람의 생활과 비즈니스에 바로 영향을 미칩니다. 지구상에서 '남의 일'은 사라졌습니다. 투명성 있고 책임 있는 행동이 모든 기업과 개인에게 요구되고 있습니다.

한편, 전 세계적으로 환경 부하의 증대, 빈곤, 난민 문제, 인종차별, 테러, 지역 분쟁 등, 한 치의 망설임도 허용되지 않는 문제가 산적해 있습니다. 인류의 장기적인 생존 자체가 위태로운 상황입니다. 세계가 평화롭고 지속 가능하지 않는 한 기업 활동은 불가능합니다. 지속가능경영의 실현 그 자체가 기업의 사업 목적이 되어야 하는 시대가 되었습니다. 글로벌로 사업을 전개하는 기업으로서 우리가 사회에, 그리고 모든 이해관계자에게 '정말 좋은 일'을 하고 있는지, 그들은 엄격히 추궁하며 요구하고 있습니다.

이러한 관점에서 2017년, 패스트 리테일링(FR)은 '옷의 힘을, 사회의 힘으로'를 키 메시지로 한 '지속가능경영 스테이트먼트' (p7 게재)를 새롭게 책정했습니다. 좋은 옷이란, 심플하면서도 품질이 좋고, 오래 입을 수 있어 사람들의 생활을 풍요롭게 만들며, 자연과의 공생을 깊이 생각하며 혁신적인 기술로 만들어진, 환경에 필요 이상의 부담을 주지 않는 옷입니다. 옷을 통해 사회의 지속적인 발전에 기여한다는 우리의 결의를 이 스테이트먼트에 담았습니다. 앞으로 FR 그룹 모든 종업원이 이를 지침으로 삼아 모든 업무를 수행해 나갈 것입니다.

일상 활동에서 지속 가능한 세계를 실현한다

지속 가능한 사회 실현을 위해서는 환경 부하 저감을 중시한 기업 활동이 요구됩니다. 소재 조달에서 생산 프로세스, 최종 소비 단계까지의 추적 가능성(Traceability) 확보와 투명성 향상, 정보 공개를 실천해 나갑니다. 또한, 사업에 관여된 모든 사람의 인권과 안전, 건강 확보, 나아가 어려운 상황에 놓인 세계 사람들에게 우리의 사업을 통해 무엇을 할 수 있는지, 항상 생각하고 실행합니다.

그러한 제반 활동에 있어 우리의 기본적인 사고방식은 '불필요한 것을 만들지 않는다, 운반하지 않는다, 팔지 않는다'입니다. 모든 업무 프로세스를 우리 모두가 철저히 이해하고 파악한 다음, 명확한 목표를 스스로 설정합니다. 그리고 생산과 물류 파트너 및 거래처와 함께 문제를 해결해 나갑니다. 중요한 것은 말이 아니라 행동입니다. 일상적인 사업 활동 하나하나가 지속 가능한 세계의 실현에 기여하고 있는지를 항상 생각하면서 업무에 임하겠습니다.

종업원 한 사람 한 사람과 대화하며 행동으로 옮긴다

그러나 현실을 돌아보면, 우리의 활동은 이제 겨우 착수 단계로, 아직 불충분합니다. 우리가 매일 다루는 상품과 사업이 고객과 사회에 정말 도움이 되고 있는지, 우리가 진행하는 사업의 비용과 효과가 상응하는지, 이러한 것들을

더욱 깊이 생각하며 모두가 일상 업무를 바꾸어 나가야 합니다.

이러한 문제를 의식하여, 2017년 봄부터 점포를 포함한 전 세계 모든 종업원 11만 명을 대상으로, 지속가능경영에 관한 e-러닝 강좌 등을 필수로 실시 했습니다. 8개 언어로 강좌를 제공하여, 2017년 8월 말 현재 종업원의 70% 이상이 수강을 완료하였으며, 올해 안에 전원이 수료할 예정입니다. 지속가능경영에 대한 명확한 방침을 종업원에게 전달함과 동시에, 점포와 본부 종업원의 의견에 철저히 귀를 기울여 '지금 무엇을 해야 하는지' '왜 해야 하는지'에 대해 대화를 나누고, 행동으로 옮기기 시작하였습니다.

주요 거래처 봉제 공장의 리스트 공개

이와 더불어, 우리 사업에서 특히 환경, 사회에 대한 영향과 책임이 큰 분야로서, '서플라이 체인' '상품' '점포와 커뮤니티' '종업원'의 4개 영역을 특정하여, 지속 가능성 실현을 위한 행동지침인 '지속가능경영 방침'을 제정했습니다. 또한, 서플라이 체인의 투명성을 높이고, 환경과 인권에 대해 한층 더 큰 책임을 다하고자, 유니클로와 GU의 주요 거래처인 봉제 공장 리스트를 공개했습니다.

우리는 지금 전사적으로 '아리아케 프로젝트'의 실현을 위해 힘쓰고 있습니다. 이는 생산과 물류 프로세스에 그치지 않고, 점포에서의接客, 종업원의 일하는 방식을 포함하여 모든 업무 방식을 바꾸고, 지속가능성을 기반으로 한 완전히

새로운 기업이 되기 위한 도전입니다. '지속 가능한가'를 모든 업무의 판단 기준으로 두고, 일상의 비즈니스 그 자체로 지속가능경영을 실현하는 것. 그러한 명확한 의식을 공유한 기업이 될 것을 선언합니다.

스스로 바꾸고, 세계를 바꾼다

'옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다'

이는 패스트 리테일링(FR) 그룹의 스테이트먼트입니다. 우리 FR 그룹은 옷을 통해 사회를 더욱 좋은 방향으로 바꿔나가기 위한 사업을 하고 있습니다. 최종적인 판단 기준은, '사업에 관련된 모든 사람이 행복한가'입니다. 사회가 앞으로 평화롭고 안정적이고 지속적인 발전을 이룩하지 못한다면, 아무리 큰 이익을 낸다 한들 의미가 없습니다.

정말 좋은 옷을 만들어 팔며, 우리뿐만이 아니라 모든 이해관계자와 사회 전체가 행복해지는 것이 우리의 궁극적인 목적입니다. 이를 위해 우선 스스로 바꾸고, 세계를 바꾸겠습니다. 우리는 시대와 국경을 넘어, 세계 모든 사람들에게 옷을 입는 즐거움, 행복, 만족을 제공해 나감으로써, 지속 가능한 세계를 실현할 수 있도록 전력을 다할 것을 약속합니다.

2018년 1월



주식회사 패스트 리테일링 대표이사 회장 겸 사장
야나이 다다시

FAST RETAILING WAY (패스트 리테일링 그룹 기업이념)

옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다

좋은 옷을 만들고, 좋은 옷을 판매함으로써
세계를 더 좋은 방향으로 바꿔갈 수 있다-

우리는 그렇게 믿고 있습니다.

좋은 옷이란,
심플하면서도 품질이 좋고, 오래 입을 수 있어 사람들의 생활을 풍요롭게 만듭니다.
또한, 자연과의 공생을 생각하고 옷을 만드는 과정에서 기술 혁신을 이루어 내어
지구에 부담을 주지 않는 옷입니다.

좋은 옷은,
건강과 안전, 인권이 제대로 지켜지는 곳에서
다양한 사람들의 열정과 노력으로 만들어져야 합니다.

앞으로도 우리는,
더 나은 사회를 바라는 고객들과 함께 행동하며
지역과의 상생을 이끌어 가겠습니다.

우리는 옷을 통해,
사회의 지속적인 발전에 기여할 수 있도록
새로운 기준을 만들며 끊임없이 노력해 나갈 것을 약속 드립니다.

SUSTAINABILITY STATEMENT

옷의 힘을 사회의 힘으로

지속 가능한 사회의 실현을 위해 특정한 네 가지 중점 영역

세계 공통의 목표



중요한 이해관계자



네 가지 중점 영역

서플라이 체인

- 인권 존중
- 불필요한 것을 없애므로써 환경 부하 최소화
- 거래처와의 굳건한 파트너십에 의한 경영 안정과 성장
- 추적 가능성 추구하고 과제 이해 및 해결
- 고객에게 정보 공개

상품

- 원재료 조달·생산 시 사회 및 환경에 대한 배려
- 지속 가능한 상품 만들기
- 사회와 환경에 공헌하는 라이프 스타일과 상품 제안

점포와 커뮤니티

- 점포 사용 에너지 억제·삭감
- 점포 내 폐기물 관리와 재활용
- 지속 가능한 점포 건축자재·설비·소모품
- 커뮤니티의 안정·지속적 성장 및 지역사회와의 공존공영
- 고객 창조 및 종업원의 동기부여 향상으로 이어지는 사회 공헌

종업원

- 인권 존중
- 기회균등·다양성 존중
- 안전·건강 존중
- 커리어 개발 촉진
- 능력개발·교육 촉진

환경 부하 증대, 빈곤, 난민 문제, 인종차별, 테러, 지역분쟁 등, 지금 세계에는 한 치의 망설임도 허용되지 않는 문제가 산적해 있고, 인류의 장기적인 생존 자체가 위태로운 상황입니다. UN은 이러한 과제의 해결을 위해 2015년 9월, 'SDGs(지속가능 발전 목표)'를 193개 회원국 전체 합의로 채택했습니다. '(전 세계 사람들이) 공동의 길을 걸어 나가는 데 있어, 누구도 소외되지 않도록 한다'는 메시지를 선언함과 동시에, 국제기관과 자치단체, NGO·NPO, 기업이 협동하여 목표를 달성해 나갈 것을 공동 목표의 하나로 자리매김했습니다.

패스트 리테일링(FR) 그룹에서도, 세계 각지의 거래처 공장을 포함한 모든 종업원이 불평등 없이 안전하고 일하는 보람이 있는 노동 환경을 실현하는 것(목표 8), 대량생산에 부수되는 에너지 소비량과 이산화탄소 배출량을 삭감하면서 고품질의 옷을 만들어 나가는 것(목표 12) 등은, 글로벌한 사업을 영위하는 데 있어 중요한 과제입니다. 이에 FR은, 오랜 기간에 걸쳐 이러한 과제 해결을 목표로 사내외 이해관계자들과의 협동을 한층 더 강화해 나가기 위해 '지속가능경영 스테이트먼트'를 책정하고, 네 가지 중점 영역을 특정했습니다.

특집

지속가능경영의 실천

Part 1

각자의 현장에서



FR 그룹 종업원이 각자의 역할에 맞는 지속가능경영을 추구

사회와 환경에 미치는 영향력 상승

패스트 리테일링(FR) 그룹은, '옷을 바꾸고, 상식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다'는 스테이트먼트에 기반해, 자사의 사업을 통해 지속가능경영 실현을 지향하고 있습니다. 글로벌로 사업을 전개하는 FR 그룹의 서플라이 체인은 세계 각지에 퍼져 있으며, 사업 활동이 사회와 환경에 미치는 영향은 날로 높아지고 있습니다. 또한 과제의 다양화, 심각화와 더불어 사업 리스크도 증대하고 있습니다. 우리는 지속가능경영의 실현을 위해 종업원 한 사람 한 사람의 노력이 불가결하다고 생각합니다.

지속가능경영 목표를 제정

지속 가능한 세계를 실현해 나가기 위하여, FR은 환경·사회·경제의 균형을 생각하고 미래의 지구 사회를 창조해 나가기 위해, 자사의 사업을 통하여 다양한 과제 해결에 임하고 있습니다. 2017년도에는 그 실천을 위해 구체적인 지속가능경영 목표를 제정. 지속 가능한 소재 사용과 거러쳐 공장의 노동환경 개선, 생산 시 환경 부하 저감, 지속 가능한 점포 자재 활용, 종업원의 다양성 존중 등을 실천하고 있습니다. 이와 동시에 '지속가능경영 스테이트먼트'를 제정하고, 네 가지 중점 영역을 특정하여, 지속가능경영 목표 달성을 지향하고 있습니다.

종업원 한 사람 한 사람의 도전을 중시

이러한 스테이트먼트의 실천과 목표 달성을 위해서는, 세계 각지에 있는 종업원 한 사람 한 사람의 행동이 중요합니다. 이에 FR은 인권과 다양성의 존중, 준법 감시의 중요성 등을 명기한 '패스트 리테일링 그룹 윤리 규범(CoC)'을 제정하여 모든 종업원에게 연수를 시행하고 있습니다. 연수에서는 인권과 노동 안전, 환경에 대한 배려가 우리 회사의 성장으로 이어진다는 점을 구체적인 사례를 들어 소개하고 있습니다. 종업원들이 각자의 일상 업무 속에서 지속가능경영 실현을 위해 끈기 있게 도전하고 있습니다.

특집

지속가능경영의 실천

Part 1

각자의 현장에서

서플라이 체인

자회사와 거래처 공장의 지속가능경영 양립

가쿠 세이

GU 사업
생산부 리더

가쿠 세이는 GU 상품 개발부가 기획한 상품을 거래처 공장에 의뢰하고, 샘플 작성에서 생산을 거쳐 매장에 도착할 때까지의 관리 업무를 담당하고 있다. "GU다운 트렌디한 패션을 놀라운 가격으로 제공할 수 있도록 품질, 비용, 납기 등, 세세한 진척관리를 철저히 하고 있습니다." 이러한 업무를 통해 상품 가치를 높여가는 한편, 거래처 공장의 지속가능경영을 확보하는 것도 중요한 미션이다. "이를 실현하려면, 양질의 소재를 사용해 상품의 완성도를 높이면서 비용을 삭감한다는, 상반된 요소를 충족시켜야 합니다. 어려운 일이지만, 과제를 관련 부서에 전달하거나, 공장에서의 프로세스를 최적화할 수 있는 효율적인 생산방법을 제안하는 등, 더 좋아질 수 있는 방법을 찾아 나갈 것입니다."



상품

생산 환경을 배려한, 이 시대가 요구하는 청바지를 개발하고 싶다

마츠바라 마사아키

진 이노베이션 센터(Jeans Innovation Center)
센터장

2016년 11월, 청바지의 본고장으로 알려진 미국 로스앤젤레스에 개설한 '진 이노베이션 센터(Jeans Innovation Center)', 마츠바라는 장소 선정과 설비 구매 등, 백지상태부터 하나씩 만들어 나갔다. 그가 지금 힘을 쏟고 있는 프로젝트 중 하나가, 생산 시의 환경 부하를 대폭 저감하는 청바지를 개발하는 것. 그 상징이 바로, 생산할 때 물 사용량을 극한으로 줄인 청바지다. '환경을 배려한 청바지를 만드는 것은 글로벌 브랜드의 사명입니다. 환경을 배려하면서 원단 실루엣, 착용감과 디자인까지, 어떻게 하면 더욱 아름답고 쾌적한 청바지를 만들 수 있을지가 관건이라고 생각합니다.'



점포와 커뮤니티

점포 설계를 통해 지역의 지속가능성도 높여나간다

줄리 에스페셀

유니클로 EU
점포 설계 프로젝트 매니저

오랜 세월 그 맥을 이어온 역사와 문화가 거리와 경관에 고스란히 녹아 있는 유럽 각지에서 유니클로 점포를 디자인하는 줄리. 지속가능경영을 생각하는 것은, 라이프스타일의 일부라고 그녀는 말한다. "과거와 미래 사이에 지금의 제가 있습니다. 그렇기 때문에 점포를 디자인할 때는, 우선 그 지역의 역사와 문화를 배우고, 무엇을 남겨야 할지를 생각합니다. 그런 다음, 미래를 살아가는 사람들에게 어떠한 장을 만들고, 어떻게 사람들의 행동과 의식을 좋은 방향으로 바꾸어 나갈 수 있을지를 생각합니다. 이러한 접근 방식은 아이들과 지구의 미래를 위해 행동한다는 제 삶 그 자체이자 지속가능경영의 사고방식과도 일맥상통합니다." 그런 강한 의지를 일상 업무에 살리면서, "앞으로도 점포라는 현장에서밖에 경험할 수 없는, 가슴 두근거리는 감각과 교류 기회를 만들어 나가고 싶습니다."

종업원

최고의 서비스로 고객의 기억에 남는 쇼핑 경험을

실베스터 카길

유니클로 미국 사업
미시간 애버뉴 점

유니클로 미국 사업의 플래그십 스토어 중 하나인 시카고 미시간 애버뉴점에서接客을 담당하는 실베스터. 장애인 고용 전문회사를 통해 2015년에 입사한 그는, 아무리 바쁜 날이라도 고객 한 분 한 분에게 활기차게 인사하고, 정중하게 응대한다. 또한, 업무 틈틈이 새로운 스태프에게 자신이 고안해 낸 업무 시책을 적극적으로 공유하고 있다. 그의 이러한 활기 넘치는 자세는 많은 고객이 칭찬하고, 동료들도 좋은 자극을 받고 있다. '많은 점포 중에서 유니클로를 선택해서 찾아주신 고객을 다같이 환영하고, 요망에 부응하는 것은 당연한 일입니다. 고객이 점포에 발을 들여놓은 그 순간부터, 최고의 서비스를 제공하기 위해 내가 무엇을 하면 좋을지를 생각하고 행동합니다. 고객에게 기억에 남는 쇼핑 경험을 제공하는 일은 저의 자부심입니다.'



특집

지속가능경영의 실천

Part 2

거래처 공장과 함께



파트너 공장과 이념을 공유하며 지속가능경영을 추구

장기적인 관점에서 거래를 개시

1990년대에 유니클로 사업의 오리지널 상품 판매를 위해 중국 봉제 공장에 생산을 위탁한 이후, 패스트 리테일링(FR)은 중국을 비롯한 동남아시아와 남아시아 각국에 연이어 거래처 공장을 개척했습니다. 거래 시에는 기술력과 생산 능력뿐만 아니라, 장기적인 관점에서 옷을 만들며 '세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다'는 이념을 공유하여, 품질관리와 노무관리, 안전대책, 환경 활동 등을 확인하고, 서로가 지속적으로 성장할 수 있는 관계 구축을 지향해 왔습니다.

서플라이 체인 전체에서 지속가능경영을 추구

1990년대 이후, 세계에서는 환경문제와 인권·노동문제 등을 배경으로 사회적 책임을 강하게 인식하게 되었습니다. 이러한 가운데, FR은 2004년부터 거래처 공장의 노동안전과 지구환경을 배려하기 위한 '생산파트너에 대한 윤리 규범 (CoC)'을 제정. 모니터링을 실시(p26)하면서, 이 밖에도 각 영역별 과제와 해결책에 전문적인 식견을 가진 NGO·NPO와 대화를 거듭하는 등, 거래처 공장을 포함한 다양한 이해관계자와의 연계를 활용해 과제를 극복해 왔습니다.

한 걸음 더 나아간 심화된 파트너십

지금 FR과 거래처 공장의 지속가능경영 활동은 새로운 단계에 들어섰습니다. 환경 면에서는 봉제 공장에 대한 모니터링과 더불어, 2차 거래처인 소재 공장에 대해서도 지속가능한 의류 연합(SAC)이 개발한 환경평가 기준을 활용해 에너지와 물 사용량 삭감 활동을 협동으로 추진하고 있습니다. (p27) 한편, 사회 면에서도 모니터링을 통해 적절한 노동시간과 안심·안전한 노동환경을 확보하며, 일부 거래처 공장에 대해서는 생산성 향상과 노동환경 개선을 한 층 더 강화하기 위한 IT 활용 및 자동화를 제안하고 있습니다. 또한, 유니클로 사업에서는 더욱 계획적인 발주와 생산을 통해 거래처 공장의 경영 안정화에 기여할 수 있도록, 세계 6개 거점의 생산 사무소와 각 지역 공장이 연계하고 있습니다.



봉제 공장에서

‘옷을 만드는 사람’이 주역이 되는 세계 최고의 경쟁력 있는 공장으로

‘세계 최고 수준의 옷 만들기’를 목표로

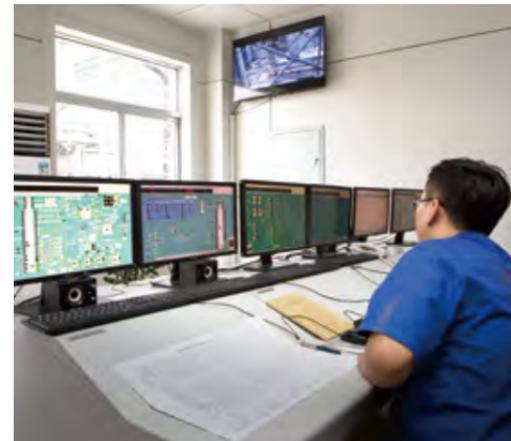
중국 장쑤성 진탄 시, 녹지대가 펼쳐진 광대한 부지에 자리 잡은 천평은 중국 내에 11개 공장을 전개하며 월간 650만 장의 의류를 생산하는 세계적인 어패럴 제조기업입니다. 패스트 리테일링(FR)은 1990년대에 거래를 시작하면서, ‘세계 최고 수준의 옷 만들기’를 목표로 ‘장인(匠人)’ 제도(p32) 등을 통해 현장의 의식 개혁과 품질 관리 체제를 협동 강화해 왔습니다. 현재는 FR 그룹의 성장에 빼놓을 수 없는 주요 거래 회사 중 하나입니다.

‘We are family’라는 이념

지난 20여 년의 행보를, 천평의 인고우신(尹國新) 동사장은 이렇게 회상합니다. ‘FR과의 만남은 행운이었습니다. FR은 지속가능경영이 사업 목표라는 명확한 방침을 가지고 있으며, 품질과 디자인 등, 눈앞의 일뿐만 아니라 노동 환경이나 환경 면에서도 더욱 나아질 수 있도록, 변경 및 개선해야 할 부분과 더불어, 어떠한 공리와 노력이 필요한지를 함께 생각합니다. 이러한 자세는, 종업원을 비용이 아닌 부가가치를 창조하는 가족으로 여기며 ‘We are Family’를 표방하는 우리 회사의 이념과도 상통합니다. 의류 산업은 지금 급속하게 글로벌화, 디지털화가 진행되면서 중국의 봉제 공장에 대해서도 변혁을 촉구하고 있습니다. 이러한 가운데 FR과 우리 회사는, 시대의 변화를 회사와 인재의 성장 기회로 삼는다는 의견에 합치했습니다. 종업원의 업무를 효율화하는 설비 자동화 등, 일상적으로 FR과 연계한 시책은 글로벌한 어패럴 기업과의 거래 강화로도 이어지고 있습니다. FR은 틀림없이 앞으로도 계속 가장 중요한 파트너일 것입니다.’

의류 제조 기업 중 처음으로 FLA에 가맹

지난 2006년에 의류 제조 기업 중, 세계 최초로 FLA(p28)에 가맹한 이 회사의 노동 환경은, 중국의 어패럴 산업 중에서도 최상위에 위치합니다. 지역 최고 수준의 임금을 보장하면서, 이와 동시에 일찍부터 효율화를 위한 자동화를 추진, 새로운 생산 라인 도입에 수반하는 안전 연수도 시행하고 있습니다. 또한, 인고우신 동사장은 노동·생산환경의 개선과 더불어 자회사의 성장 전략에 대해 연 2회 종업원에게 직접 전달하고 있습니다. 아울러, 종업원의 교육 프로그램과 커리어 개발 제도 등도 정비해, 개인의 능력 및 처우 향상과 기업 경쟁력 강화의 양립을 지향하고 있습니다. 사람이 주역인 ‘세계 제일의 경쟁력 있는 공장’이 되기 위한 천평과 FR의 도전은 앞으로도 계속됩니다.



소재 공장에서

‘사회와 정면으로 마주하는 경영’을 관철해 새로운 환경 목표에 도전

기업과 지역사회가 공존하는 모델 케이스

중국 산둥성의 쑤보 시, 월간 1,600만㎡라는 세계 최대급의 소재 생산량을 자랑하는 루타이는, 양옆이 녹지대로 둘러싸인 루타이 대로변에 있습니다. 이 도로명이 나타내는 것처럼, 루타이 방직주식회사는 해마다 도로 정비를 비롯해 근린 직업학교 공동 운영, 체육 광장과 동물원, 관광 숙박 시설의 건설·유지 등을 통해 수익을 환원하여, 기업과 지역사회가 공존하는 시범사례로서 지역사회와 지방정부로부터 주목받고 있습니다.

독자적으로 오수 처리장을 건설

오수처리장은 지역사회와의 공존을 나타내는 상징적인 시설입니다. 소재 생산을 위해서는 많은 물과 염료가 사용되는데, 지역에서는 물 부족과 염색 배수로 인한 하천 수질의 악화를 우려하고 있었습니다. 이에 루타이는 회사의 자금으로 오수처리장을 건설, 공장 폐수를 나라의 기준치 이하 수준까지 정화하여 하천으로 방류하고 있습니다. 또한, 인근 발전소를 매입해, 최첨단 설비를 도입, 발전소는 높은 발전 효율과 환경 성능을 갖추고 있어, 여기에서 생산되는 전기와 증기는 공장에서뿐만 아니라 일반 가정의 겨울철 난방에도 이용되는 등, 지역 에너지 공급원으로도 중요한 역할을 하고 있습니다.

2020년의 환경 목표를 설정

루타이와 FR은 현재, 환경 면에서 새로운 도전을 시작하고 있습니다. FR은 2015년, 유니클로 상품 전 생산량의 70%를 차지하는 소재공장을 대상으로 환경 평가 기준 ‘HIGG인덱스’를 도입하였습니다. 대상 공장 중 하나인 루타이에서는 이 기준을 활용해 축적한 환경 데이터를 바탕으로, 2020년 환경 목표 설정에 착수했습니다. 류지번(劉子斌) 동사장은 이렇게 말합니다. “사회와 정면으로 마주하는 경영을 이념으로 하는 우리 회사가 나라의 환경 규제를 지키는 것은 당연합니다. 베트남이나 캄보디아에 사업을 전개하는 글로벌 기업이 된 지금, 우리에게 더욱 장기적인 관점에서 미래를 향한 실천을 추진해 나갈 책임이 있습니다.”

특집

지속가능경영의 실천

Part 3

‘정보 제조 소매업’으로의 진화를 통해



고객 만족과 지속가능경영의 양립

지속가능경영을 시야에 넣은 새로운 산업을 만든다

사람과 사람, 사람과 사람, 사람과 사람이 정보로 긴밀하게 연결되면서, 제조업과 유통업, 서비스업과 같은 ‘업계’의 개념이 사라져가고 있습니다. 이러한 추세 속에서, 의류 제조 소매업인 유니클로 사업에서도, 정보를 통한 고객과의 연계를 활용해, 고객에게 만족스러운 상품과 서비스를 얼마나 신속하게 제공할 수 있을지를 고민하고 있습니다. 한편 지속가능경영의 관점에서도, 고객이 원하는 상품을 적시에 제공하는 것은 원재료와 에너지, 인재 등 지구 자원과 경영자원을 남김없이 효율적으로 활용하는 것과 상통합니다. 이러한 인식 아래, 패스트 리테일링(FR)은 고객 만족도 향상과 지속가능경영을 양립시키는 새로운 산업인 ‘정보 제조 소매업’으로의 진화를 지향하고 있습니다.

고객 중심의 프로젝트

고객이 원하는 상품을 실시간으로 기획·상품화하고 생산해, 독자적인 물류망으로 적시에 제공할 수 있도록, 2017년 2월, FR은 도쿄 고토구 아리아케 지구에 약 5,000 평 면적의 오피스 ‘UNIQLO CITY TOKYO’를 오픈했습니다. 여기에는 유니클로 상품의 기획, 디자인, 소재 조달, 생산, 마케팅, 정보 시스템 등에 관여하는 1,000명 이상의 종업원이 모여, ‘Men’s 셔츠’ ‘Women’s 아우터’ 등, 상품 및 장르별로 작은 팀을 꾸려 서로 연계하며 업무를 추진하고 있습니다. 매장에서의 판매 상황과 SNS에 올라오는 고객 의견, 디자인 회의에서의 사내 평가, 거래처 공장에서의 생산 상황과 창고 재고 수 등 방대한 정보를 첨단 IT를 활용해 분석하고 공유합니다.

지속가능경영이라는 새로운 가치를 창조

‘UNIQLO CITY TOKYO’에서는 고객 요구에 부응하기 위해, 정확도 높은 수요 예측을 반영한 상품 정보 발신, 상품 개선, 신상품 개발, 거래처 공장에서의 계획적인 증·감산, 점포 및 창고에서의 재고관리 등의 업무를 기존 이상의 속도로 진행하고 있습니다. 고품질의 옷을 부담 없는 가격으로 제공하는 유니클로의 특징을 살리면서, 많은 정보를 활용하고 불필요한 부분을 철저히 걷어낸, 지속가능경영이라는 새로운 가치 창조를 실현해 나갑니다. 유니클로 사업에 있어 지속가능경영을 추구하는 것은 혁신과도 같은 것입니다.

특집

지속가능경영의 실현

Part 3

‘정보 제조 소매업’으로의 진화를 통해

상품·기획개발

고객 만족도를 높이는 신속한 상품 개선·개발 체제를 실현

UNIQLO CITY TOKYO에서는 고객 만족도를 높이기 위해 상품 기획·개발에서 2가지 혁신을 만들어 내고 있습니다. 하나는, 상품 개선이 더욱 신속하고 빈번하게 진행된다는 점입니다. 예를 들면, 유니클로 웹사이트에 새롭게 개설된 'UNIQLO UPDATE' (p33)에서는 고객이 상품에 대한 불만이나 요망사항이 어떻게 개선되었는지 구체적으로 소개합니다. 또 하나는, 신상품의 개발 속도가 향상되었다는 점입니다. 지금까지 신상품의 기획에서 개발까지는 거의 1년이 걸렸는데, 인기 상품, 트렌드, 신소재 등 다양한 정보를 각 부문의 작은 팀들이 공유하고 활발하게 논의하는 환경을 만들으로써, 최단 2주 만에 상품을 제안할 수 있는 체제가 갖추어져 가고 있습니다.



생산 계획

리드 타임을 단축하면서 거래처 공장의 노동 환경 개선에 공헌

세계 6개 거점에 있는 유니클로 사업의 생산 사무소 담당자들은, 정기적으로 거래처 공장을 순회하며 생산 계획 진척과 공장의 수용 상황을 상시 확인하는 등, 공장과 긴밀하게 연계하고 있습니다. 그러나 준비와 계획을 정비해도 신상품이 예상 이상으로 팔려 추가 생산이 필요한 상황이 발생하거나, 생산 도중에 수량 변경을 요청하는 등 노동 환경에 영향이 생길 가능성이 있었습니다. 이에 유니클로 사업에서는, 시장에서의 판매량 정보와 SNS를 통해서 수집한 고객 요구 등의 정보를 활용해, 수요 예측 데이터 정확도를 높임으로써 더욱 계획적인 발주 체제를 구축하고자 하고 있습니다.



생산

발주 정확도를 높임으로써 거래처 공장의 설비투자과 인재육성을 지원

거래처 공장에서는 FR 그룹의 발주 계획을 바탕으로, 장래의 경영을 전망한 자동화 등 생산설비에 대한 투자를 진행하고 있습니다. 예를 들어, 주력 거래 공장 중 유니클로 사업의 셔츠를 봉제하는 천평(p17)에서는, '옷걸이 시스템'이라는 봉제 공정을 도입했습니다. 이는 재봉틀로 봉제하는 종업원 한 사람 한 사람의 작업 진척에 따라, 그 종업원에게 맞는 최적의 타이밍에, 다음 봉제할 부품이 옷걸이에 걸린 상태로 도착하는 시스템입니다. 자동제어된 옷걸이가 봉제의 전 공정을 한 바퀴 돌면 셔츠가 완성됩니다. 시스템 도입 전에는 각 종업원의 봉제 속도 차이에 따라 어떤 종업원은 작업시간이 남는가 하면, 반대로 어떤 종업원 앞에는 부품이 밀려 쌓여 있는 등, 생산량 격차와 더불어 종업원의 심리적 압박감이 생기곤 했습니다. 옷걸이 시스템의 활용을 통해, 종업원은 한 사람 한 사람의 리듬과 속도로 작업할 수 있게 되었고, 작업 효율도 평균화됨으로써 생산성이 10% 이상 높아졌습니다.

판매·재고관리

인기 상품을 적시에 제공하면서 재고 관리 효율화와 보관 공간 삭감을 실현

매장에서의 판매 정보와 점포·창고에서의 재고 수를 더욱 정확하고 실시간으로 파악하기 위해, 유니클로 사업은 모든 상품에 IC칩을 내장시킨 RFID(전자태그) 부착을 추진하고 있습니다. 이 태그를 활용함으로써, 점포와 창고에서의 재고 수 파악을 대폭으로 효율화할 수 있습니다. 또한, 판매 정보를 활용해 점포에서 상품 입하량을 조정하거나, 인기 상품을 강조한 레이아웃을 구성함으로써, 고객은 원하는 상품을 곧바로 찾을 수가 있고 재고 보관 공간도 삭감할 수 있습니다. 또한, RFID 활용은 점포뿐만 아니라 일부 거래처 공장에서도 시작하고 있어, 공장에서의 생산 상황도 실시간으로 파악할 수 있게 되었습니다.



적정한 노동 환경과 지구 환경을 배려한 서플라이 체인 구축

과제 인식

원재료 조달에서 상품 개발, 생산, 물류, 판매 등, 기업의 서플라이 체인은 나라와 지역을 넘어 확대되어 가고 있습니다. 이러한 가운데, 기업이 사회와 조화롭게 지속 가능한 발전을 해나가기 위해서는 자회사의 활동이 끼치는 영향 범위를 폭넓게 파악하는 것이 중요합니다. 또한 모든 사람의 인권을 존중함과 동시에, 서플라이 체인의 과제를 하나하나 특정하여 해결해 나가야 합니다.

어프로치

패스트 리테일링(FR) 그룹의 사업 활동이 주는 영향과 그 책임 범위는 글로벌한 사업전개와 함께 더욱더 증대하고 있습니다. 이러한 가운데, FR은 적정한 노동환경과 지구 환경을 배려한 책임 있는 서플라이 체인 구축을 지향합니다. 거래처 공장에 대해서는 '생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(CoC)'을 제정하고 이를 준수할 것을 요청하고 있습니다. 또한, 어패럴 업계에 관해 폭넓은 식견을 가진 NGO·NPO와 연계하여, 환경, 인권, 노동 환경 면을 중심으로 한 정기적인 모니터링 프로그램을 실시함으로써 그 강화를 도모하고 있습니다. 또한, 이에 그치지 않고 발주자의 책임을 다하기 위해, 상품 개발 부문과 생산 부문, 지속가능경영 부문 등이 거래처 공장과 연계해 생산성 향상과 노동 환경 개선에 힘쓰고 있습니다.



적정한 노동 환경과 지구 환경을 배려한 서플라이 체인 구축

책임 있는 조달

■ 인권, 노동, 환경을 중시한 조달 추진

패스트 리테일링(FR) 그룹은, '세계를 좋은 방향으로 바꿔 나간다' 는 이념에 기초해, 서플라이 체인의 모든 단계에서 인권을 지키고, 사회와 환경의 양면에서 책임 있는 조달 실천을 위해 힘쓰고 있습니다.

이에 FR은, FR 그룹과 공장과의 거래에서 책임 있는 조달을 추진하기 위한 가이드라인을 작성하였습니다. 이 가이드라인은, 아래 3가지 항목의 실현을 내걸고 있습니다.

- ① 노동자의 건강과 안전, 인권과 법률로 보장된 권리를 지키며, 생활 및 노동 조건 향상에 공헌한다.
- ② 거래처 공장이 FR 그룹과의 거래를 통해, 비즈니스를 안정적으로 확대 성장시킬 수 있다.
- ③ 적정한 프로세스로 생산한 상품의 제공을 통해, 고객의 신뢰에 부응한다.

또한, 책임 있는 조달의 실천을 위해서는, 관련 부서가 적절한 절차로 업무를 수행할 필요가 있습니다. 그러므로 이 가이드라인에서는 부문별로 구체적인 절차를 명기한 업무

원칙을 제정했습니다.

FR은 이 가이드라인을 바탕으로 관련 부문에 대해 연수를 실시하고 있습니다.

■ 기업거래 윤리 위원회 설치

FR은 '기업거래 윤리위원회' 를 정기적으로 개최하여 기업 간 거래에서의 과제 안전을 심의하고 있습니다. 위원회는 지속가능경영 부서 책임자를 위원장으로 하고, 상근감사, 사회감사, 고문변호사와 사내 관계 부서의 책임자를 중심으로 구성됩니다.

또한, 위원회에서는 FR 그룹의 주요 거래처에 대해 2003 년도부터 연 1회 앙케이트를 실시하고 있습니다. 2017년도는 330개 회사에 앙케이트를 의뢰했습니다. 특히, 거래처 공장에 대해서는 조달 현황에 대해 피드백을 받기 위한 질문 항목을 확충했습니다. 앙케이트 결과는 개선으로 이어질 수 있도록, 책임 있는 조달을 추진하기 위한 가이드라인에도 반영시키고 있습니다.

노동환경 모니터링

■ '생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범' 을 개정

거래처 공장의 노동 환경 개선, 종업원의 인권 존중과 만족도 향상, 공장의 생산성과 품질 향상이라는 관점에서, FR 은 '생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범(CoC)을 제정하였습니다. 2015년부터는 공장 노동자의 권리 보호에 힘쓰는 국제 NPO 및 공정노동협회(FLA)에 가맹하였으며, 2016년에는 FLA 등과 의견 교환을 통해 핫라인 제도를 강화하는 등, CoC 일부를 개정했습니다.

FR과 거래처 공장에서 체결된 계약에는 거래처 공장이 CoC에 합의하고, 준수를 서약하는 내용이 포함되어 있습니다.

■ 거래처 공장에 대한 노동 환경 모니터링을 시행

FR은 '생산 파트너를 대상으로 한 CoC' 의 각 항목에 대해, 봉제 공장과 소재 공장을 대상으로 노동 환경 모니터링을 시행하고 그 결과를 공개하고 있습니다.

노동환경 모니터링에서는, 외부 전문기관이 거래처 공장의 노동환경과 환경대응을 정기적으로 모니터링하고, FR이 그

평가를 거래처 공장에 전달합니다. 개선이 필요한 공장에 관해서는, FR의 종업원이 직접 방문하여 거래처 공장과 함께 개선 활동을 펼칩니다. 또한, 신규로 거래를 시작하는 공장에 대해서는 '사전 모니터링' 을 실시함으로써 조기에 노동 환경 개선에 착수할 수 있게 했습니다.

2015년부터는, 국제노동기관 (ILO)과 국제금융공사(IFC)의 공동 프로그램인 '베터 워크(Better Work)' 에 의한 모니터링도 시행하고 있습니다. 여러 브랜드가 한 봉제 공장에 대해 중복으로 실시하는 모니터링과 개선 활동을 줄임으로써, 노동 환경 개선에 더욱더 주력할 수 있도록 지원하고 있습니다.

■ 거래처 공장에서 FR에 대한 핫라인 정비

FR은 거래처 공장의 종업원이 직장의 문제를 통보하거나, 의견 또는 우려를 표명할 수 있는 핫라인 유무와 실효성 파악에 힘쓰고 있습니다. 2017년도에는 FLA의 기준을 고려해, 핫라인의 유효성과 공장 종업원의 대표자 제도, 트레이닝 기회 확보에 관한 감사 항목을 추가했습니다. 또한, 공장 종업원이 직접 FR에 통보할 수 있는 핫라인 운영을 시작하여, 앞으로 대상 공장을 순차적으로 확대해 나갈 예정입니다.

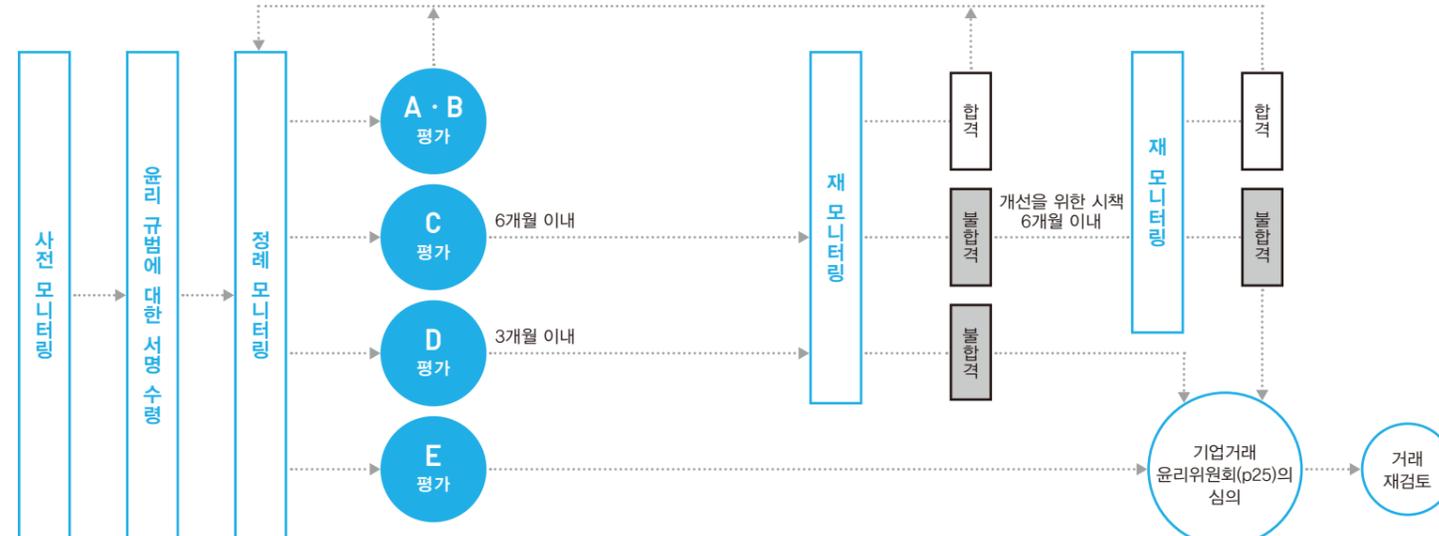
기업거래 윤리위원회에 대한 상정 안건 수

2015년도	101건
2016년도	105건
2017년도	69건

'생산 파트너를 대상으로 한 윤리 규범' 의 주요 항목

- 법적 요구사항
- 아동노동
- 강제 노동
- 억압 및 희롱
- 차별
- 건강과 안전성
- 통합 결성의 자유
- 임금과 제 수당
- 노동시간
- 환경 보호
- 문서화와 커뮤니케이션
- 모니터링 및 윤리규범 준수
- 시정 조치
- 재위탁 및 자재 조달
- 투명성 및 성실성

노동 환경 모니터링의 체계



■ 거래처 공장을 정기적으로 방문

세계 6개 거점에 있는 유니클로 사업의 생산 사무소 종업원이 거래처 공장을 정기적으로 방문해, 품질 관리 체제와 생산 상황, 환경 대응 등을 확인하고 있습니다.

방문 시에는 과제 해결책을 협의함과 동시에, 정해진 노동시간을 유지할 수 있도록 공장의 생산 능력에 맞는 발주량과 납기를 서로 상세히 점검합니다. 또한 거래처 공장에 공장 내부의 감사 체계와 체제 구축을 추진하기 위한 전임 담당자 설치를 주문하는 등, 거래처 공장의 자율적 경영 향상을 도모하고 있습니다.

■ 소재 공장 환경 프로그램

■ 소재 생산 공정에서의 물·에너지 사용량 삭감

FR은 서플라이 체인에서 환경부하 저감 시책을 진행하고 있습니다. 그중에서도 물과 에너지를 사용하는, 소재 생산 공정에서 발생하는 환경 부하가 큰 비율을 차지합니다. 이에 FR은 소재 공장을 대상으로 환경과 노동 환경의 양 측면에서 모니터링을 시행하고 있습니다.

2014년에는 이를 더욱 강화하기 위해 지속가능한 의류 연합(SAC)에 가맹하였으며, 2015년에는 유니클로 상품 전 생산량의 70%를 차지하는 주요 소재 공장에 대하여 SAC가 개발한 환경 평가 기준인 HIGG 인덱스를 도입했습니다. FR은 이 기준을 이용해 '소재 공장 환경 프로그램'을 개발하여, 환경 매니지먼트 시스템과 에너지 사용량, 온실효과 가스배출량, 물 사용량, 화학물질 사용량 등 7개의 환경 테마에 관한 진행 상황을 계속적으로 평가하고, 공장 관계자와 외부 전문가가 함께 개선해 나가기 위해 노력하고 있습니다.

FR은 유니클로 전 생산량의 70%를 차지하는 주요 소재 공장에서 2018년부터 2020년까지의 기간 동안 물, 에너지 사용량을 2016년 각 실적치의 15%, 10%만큼 삭감할 것을 목표로 하고 있습니다.

■ 업계 단체와 다른 브랜드와의 연계

FR은 국제적인 기준에 따른 CoC 제정과 효과적인 모니터링을 시행해 나가기 위해, 그리고 기업의 힘만으로 온전히 대응하지 못하는 어패럴 업계 전체의 과제 해결에

기여할 것을 목적으로, 업계 단체 및 다른 브랜드와 연계를 강화하고 있습니다.

FR이 연계하는 주요 조직과의 활동은 아래 표와 같습니다.

■ 위험 화학 물질 배출 제로 프로젝트

■ 엄격한 기준을 바탕으로 위험 화학물질을 관리

FR은 2013년부터, 상품의 위험 화학물질 배출을 2020년 1월까지 제로(0)로 한다는 '위험 화학물질 배출 제로 프로젝트'를 추진하고 있습니다. 이 목표를 달성하기 위해 FR은 화학약품 업계 및 NGO 등과 다양한 실험을 진행하고 있습니다. 또한, 거래처 공장에 대해 정기적인 모니터링을 실시함과 더불어, 배수 검사 등에서 위험 화학물질이 검출되었을 경우 장인팀(p32)을 공장에 파견해 개선을 서포트하고 있습니다. 특히 세정제로 널리 사용되고 있는 계면활성제 APEO에 관해서는, 2012년부터 사용 제로를 철저히 주지시키고 있습니다. 내구 발수 가공제인 PFC에 관해서는, 판매 상품에 차지하는 비율을 2016년에 약 2%까지 삭감하고, 2017년 가을·겨울 시즌부터는 사용하지 않고

있습니다.

이러한 활동의 투명성을 확보하기 위해, FR은 웹사이트에서 제한 물질 리스트와 프로젝트 진척을 공개하고 있습니다.

■ 주요 거래처 공장의 리스트 공개

FR 그룹이 거래처 공장과 진행하는 생산 활동에 관한 정보는, 이 지속가능경영보고서, FR 웹사이트에서 순차적으로 공개하고 있습니다.

■ 정보 공개

서플라이 체인의 투명성을 높이고, 적절한 노동 환경 실현과 인권문제, 환경 문제에 한층 더 책임을 다해나가기 위해, 2017년 2월에 유니클로, 12월에 GU의 주요 거래처 공장 리스트를 FR의 웹사이트에 공개했습니다.

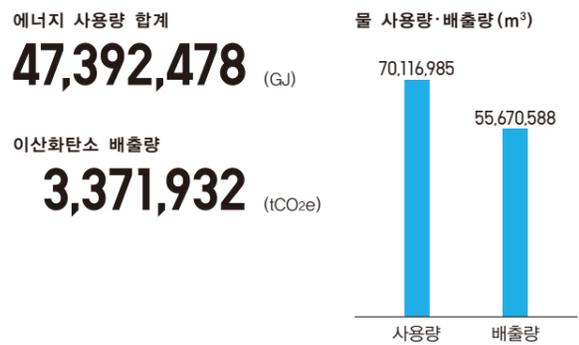
노동환경 모니터링 시행 공장 수와 그 결과(2017년 8월 말 시점)

2017년도는 FR의 지속가능경영 부서 담당자가 공장을 방문해, 개선을 위한 서포트를 강화함으로써 A 평가가 증가하였습니다. D 평가 공장에서는 제수당에 관련된 법률 변경에 대한 대응이 지체되고 있는 사례가 많았기 때문에 FR의 지도를 강화해 나갈 예정입니다.

- A 평가 지도 사항 없음
- B 평가 경미한 지적 사항이 1개 이상
- C 평가 중대한 지적 사항이 1개 이상
- D 평가 아주 중대한 지적 사항이 1개 이상
- E 평가 즉시 거래 재검토 대상이 될만한 아주 악질적이고 심각한 사항



주요 소재 공장의 환경 부하(2016년)



물류의 환경 영향(일본 유니클로 2016년 4월~2017년 3월)



FR이 연계하는 주요 조직·프로그램

명칭	가맹 기간	미션	조직의 주요 활동 내용
방글라데시의 화재 예방 및 건조물 안전에 관련된 협정 (통칭: accord)	2013년 8월	화재 예방·안전 대책으로, 공장 종업원이 화재나 건조물 붕괴 등의 사고에 말려들지 않도록 안전한 노동환경을 실현한다.	봉제 공장의 화재 예방·건축 안전성을 평가하고, 합의된 기준에 입각한 우수 사례 도입을 지원하여 개선을 촉구한다.
지속가능한 의류 연합 (SAC)	2014년 9월	어패럴, 풋웨어 업계의 서플라이 체인에서 환경 부하를 저감하고, 생산 활동에 관계된 사람들과 커뮤니티 발전에 기여한다.	서플라이 체인의 환경 부하·사회적 영향을 판정하는 업계 공통 지표(HIGG 인덱스)를 개발·보급시킨다
공정노동협회(FLA)	2015년 7월	브랜드, 공급처, 시민단체, 대학 등의 협동을 통해 노동자의 권리를 보호하고, 노동환경을 국제기준에 맞도록 개선한다	가맹 브랜드 및 공장의 노동환경 모니터링 프로그램을 평가하고, FLA 기준에 맞도록 개선을 위해 조언한다.
베터 워크	2015년 12월	어패럴, 풋웨어 업계의 서플라이 체인에 국내법과 국제적 노동 기준 준수를 촉구한다. 또한 업계 전체의 안정성과 경쟁력을 높임으로써 공장 노동자의 권리 향상과 노동 환경 개선을 실현한다.	가맹 공장에 독자적인 감사·개선 지원을 실시하고, 그 보고서를 복수 브랜드가 공유함으로써 브랜드 간의 감사나 개선 지도 중복을 경감시킨다. 이에 따라 노동 환경의 지속적 개선을 위한 관리 체제 강화에 주력한다.

고품질이며 혁신적인 옷 만들기

과제 인식

정말 좋은 옷을 고객에게 제공하기 위해서는, 상품을 통하여 지속가능경영을 실현해 나가야 합니다. 이는 기획·개발에서 사용 후까지의 상품 사이클을 통해 환경 및 사회적인 영향을 배려하는 것, 추적 가능성과 상품의 안전·품질을 확보해 나가는 것을 의미합니다. 패스트 리테일링(FR)은 지속가능경영의 실현이 어패럴 업계 공통의 과제이며, 업계 전체의 연계와 협동이 중요하다고 생각합니다.

어프로치

FR 그룹의 매출 80%를 차지하는 유니클로 사업에서는 LifeWear를 콘셉트로 한 옷을 제안하고 있습니다. LifeWear란, 고품질이며 심플하고 베이식하면서도 높은 디자인성과 기능성, 뛰어난 착용감을 실현해 고객의 개성과 가치관을 잘 살려주는 옷입니다. 이러한 새로운 옷을 시즌마다 제안함과 동시에, 오랫동안 입을 수 있는 가치를 통해 고객의 삶을 풍요롭게 해나가는 것, 고객과의 커뮤니케이션을 통해 LifeWear를 진화시켜 나가는 것이 유니클로 지속가능경영의 원점입니다. 또한, FR 그룹은 어패럴 업계에서의 지속가능경영 과제를 대응하기 위해, 환경·인권을 배려한 소재 선정과 엄격한 품질 관리 체제 구축, 추적 가능성 구축, 고객 의견을 반영한 상품 개발, 사용 후의 재활용 등, 상품의 라이프 사이클 전체에서 환경·사회의 지속가능성을 추구하고 있습니다.



고품질이며 혁신적인 옷 만들기

기획·개발 단계에서의 배려

■ 동물 애호와 책임 있는 원재료 조달

패스트 리테일링(FR)은 글로벌로 사업을 전개하는 어패럴 제조 소매업의 책임으로서, 원재료 조달에서도 최선을 다하고 있습니다.

유니클로 사업은 동물애호의 관점에서, 메리노 울 공급 시 '물싱'을 하는 농가로부터의 조달을 폐지하도록 지시했습니다. 물싱이란, 피부 표면에 깊은 주름이 있는 메리노종 양에 해충이 번식하는 것을 예방하기 위한 조치 중 하나입니다. 유니클로 사업은 물싱이 아닌 약제 등으로 해충 번식을 예방하는 농가로부터 조달하고 있습니다.

또한, 유니클로 사업의 다운 제품은, 새에게 강제 사료 주입을 한다거나 새가 살아 있는 상태에서 깃털을 채취하지 않고, 식육 가공 공정에서 발생하는 부산물의 깃털만을 사용하고 있습니다.

또한, 리얼 퍼(동물의 모피)를 사용하지 않습니다.

■ '업사이클링 프로젝트'에 의한 지원

유니클로 사업에서는, 폐기물을 가치 있는 것으로 바꾸어 재이용하고 순환시켜 나가는 '업사이클링(Up-cycling) 프로젝트'를 시행하고 있습니다.

유니클로 필리핀 사업 등을 중심으로 점포에서 청바지 밀단 수선 시 발생하는 자투리 천을 활용해 토트백, 파우치 등의 소품을 제작. NGO와 연계해 홀리스나 난민에게 제작을 의뢰하고, 자립 지원이 필요한 사람들에 대해 유니클로 사업의 '장인'이 봉제 지도를 담당하는 등, 봉제 기술 향상과 취업 지원으로도 이어질 수 있도록 합니다.

2017년도에는 20명이 약 2,400개의 소품을 제작하였으며, 이 소품은 유니클로에서 구매하여 고객에게 노벨티 상품으로 배포했습니다.

이 활동에는 다른 기업도 함께 참여해, 소품의 지퍼 등 자재를 지원받기도 했습니다. 앞으로도 다양한 기업과의 협업을 확대해 나갈 예정입니다.



품질·안전관리 철저

■ 유니클로 사업의 품질·안전 관리

유니클로 사업은, 사업을 전개하는 나라와 지역에서 제정된 안전 기준보다 높은 수준으로 '글로벌 품질·안전 기준'을 설정하고 있습니다. 이러한 기준들은 생산 담당 임원을 톱으로 하는 '품질 확정 위원회'에서 결정되며, 생산부가 거래처 공장과 연계하면서 전 상품에 대한 적용을 확인하고 있으며, 확인된 정보는 관련 부서와 함께 공유하고 있습니다.

품질 면에 관련된 고객 문의 시에는 상품 품질 고객대응팀이 중심이 되어, 고객의 생생한 의견을 생산 현장 및 관련 부서와 공유해 상품 개선과 재발 방지에 힘쓰고 있습니다. 그리고 매달 고객 센터의 '고객 의견·요망'과 상품 품질 고객 대응팀의 '고객 제안 안건'을 바탕으로 상품 개선과 대책을 입안한 '이상치 사례집'을 작성하여, 세계 각지의 생산 사무소에 철저히 주시킴으로써 품질 개선에 활용하고 있습니다.

■ '장인'에 의한 거래처 공장 지원

유니클로 사업은 오랜 경험을 지닌 기술자를 '장인'이라 부르고, 이 기술자를 거래처 공장에 파견하고 있습니다. 소재장인과 봉제장인으로 나누어 각각 기술지도와 공정 관리, 인재 육성을 진행함과 동시에, 필요에 따라 GU 등 그룹 사업의 거래처 공장도 지원하고 있습니다.

'장인' 제도는 고품질이며 혁신적인 옷 만들기를 뒷받침하는 독자적인 시스템으로, 상품 품질 향상과 생산 효율 개선, 안전한 작업환경 확보에 중요한 역할을 합니다. 동시에 서플라이 체인의 조직 기반 강화에도 효과적입니다. 거래처 공장 대다수가 유니클로 사업 상품 이외의 제품도 생산하고 있기 때문에, '장인'으로부터 배운 기술과 프로세스 개선, 종업원의 기술 향상은 공장 자체의 성장으로 이어지고, '장인'이 많은 거래처 공장을 담당함으로써 어패럴 산업의 전체적인 수준 향상에도 기여합니다.



TOPICS

'Good Wool by Theory' 탄생

2017년 10월, Theory 사업에서 지속 가능한 컬렉션인 'Good Wool by Theory'가 탄생하였습니다. 호주 태즈메이니아섬에 있는 목양 농장에서 울을 조달하고, 재생 가능 에너지로 가동하는 이탈리아 섬유 공장에서 원사와 원단을 생산하고 있습니다.

'Good Wool by Theory'는 가볍고 부드러우며 통기성이 뛰어나, 실용성과 우아함을 겸비한 실루엣을 실현. 슈트 컬렉션으로 제작되어 기존 상품과 동등한 가격대로 판매했습니다. 또한, 생분해성 셀룰로스 안감과 상아 야자 열매로 만들어진 단추, 재생지를 사용한 품질표시 태그도 부착되어 있습니다. 미국에서 탄생한 이 컬렉션은 세계 각지의 점포에서 판매되었습니다.



TOPICS

'진 이노베이션 센터(Jeans Innovation Center)'에서 지속가능한 청바지를 개발

FR은 2016년 11월, 청바지의 본고장으로 알려진 미국 로스앤젤레스에 연구 개발시설 '진 이노베이션 센터(Jeans Innovation Center)'를 개설했습니다. 상품을 개발함에 있어 디자인 품질과 동시에, 생산 시의 환경 부하 저감과 업무 효율성 및 안정성을 추구하고 있습니다.

예를 들어, 일반적인 청바지를 생산할 때는 데미지 가공을 위해 화학약품과 함께 대량의 물을 사용하고, 줄로 깎는 등의 수작업이 필요하지만, 진 이노베이션 센터에서는 레이저 가공 등 최첨단 기술을 도입하여 노동력과 시간을 단축함과 동시에, 화학물질 및 물 사용량과 폐기물을 대폭 삭감할 수 있는 청바지의 개발을 목표로 하고 있습니다.

고객 의견으로 상품을 개선

■ 고객 센터에서 고객 의견을 수집

시대의 변화와 더불어 달라지는 고객 요구에 신속하게 대응하기 위해, 패스트 리테일링(FR) 그룹은 세계 각지에 고객 센터를 설치했습니다. 기존의 전화와 이메일뿐만 아니라, 일본에서는 2017년에 채팅 서비스를 개시하여, 더욱 간편하고 신속하게 문의할 수 있게 되었습니다. 고객이 주신 의견은 1-2 일 안에 각 점포와 관련 부문에 전달해, 대응 결과를 책임자와 고객 센터가 확인하는 등, 고객의 의견을 기업 활동에 반영하고 있습니다. 특히, 고객 불만은 귀중한 의견으로 인식하고, 신속하게 점포 및 관련 부서와 공유합니다. 동종 사례가 연속해서 발생하지 않도록 문제의 근본적 원인을 특정하고 개선을 위한 시책을 펼치고 있습니다.

또한, 한층 더 높은 서비스 품질 향상을 위해 고객 센터에 대한 평가를 고객 앙케이트를 통해 수집하고 있습니다. 앙케이트에는 응대 담당자에 관한 평가도 포함되어 있어, 앞으로 고객 평가를 응대 담당자의 개별 교육에도 활용해 나갈 예정입니다.

■ 상품서비스 개선을 위한 데이터 분석

고객 의견을 상세하고 신속하게 분석해 상품 및 서비스에 활용해 나가기 위한 시책을 추진하고 있습니다. 실시간 정보수집·분석을 담당하는 글로벌 디지털 커머스부에서는, 고객 센터에 모인 정보와 상품 리뷰, 온라인 스토어에서 교환, 반품된 상품의 요인을 분석해 개선책 등을 검토하고 있습니다.

또한, 고객 정보를 관리하는 회원 앱을 개발해, 매장에서의 상품 구매 시에 앱의 바코드를 스캔함으로써 '어느 고객이 언제 어디에서 무엇을 구매했는지'를 수집할 수 있으며, 이 데이터를 축적함으로써 고객의 연령대와 특징 및 구매 이력에 근거한 최적의 상품을 추천할 수 있게 되었습니다.

이와 더불어, 고객의 구매 이력과 상품 리뷰, 모니터 앙케이트, 매장에서 구매하지 못하신 고객 의견 등을 분석함으로써, 팔리는 상품의 평가 포인트와 개선 요망, 고객이 원하는 상품을 실시간으로 추출해, 관련 부서와 정보를 공유하면서 상품개선 및 개발로 연계하고 있습니다.

어패럴 제조 소매업으로서의 책임

■ 필요 없게 된 자사 상품을 매장에서 회수

FR 그룹은, 옷을 생산하고 판매하는 것뿐만 아니라, 리유스(재이용)·리사이클(재활용)을 통해 옷의 가치를 마지막까지 살리는 것도 중요한 책무로 생각합니다. 고객이 필요 없게 된 옷을 유니클로와 GU 점포에서 회수해, 유엔 난민 기구(UNHCR) 및 세계 각지의 NGO·NPO와 함께 난민을 비롯하여 옷이 필요한 사람들에게 보내는 활동을 펼치고 있습니다.

회수한 옷은 선별 작업을 거쳐, 입을 수 있는 옷(약 80%)은 필요한 수량과 종류, 보낼 수 있는 루트를 확인한 후, 난민에게 기증합니다. 또한, 종업원도 정기적으로 직접 기증처를 방문하여 옷 기증과 함께 옷 배포 상황을 확인하며, 사람들의 생활과 옷에 대한 요망에 대해 직접 이야기를 듣는 활동도 계속해서 실시하고 있습니다. 2017년 8월 말 현재, 16 개 나라와 지역에서 회수하고 있습니다.

또한, 콤프와 데 꼬뜨니에(Comptoir des Cottonniers) 사업에서는 프랑스 NGO와 협동해, 2015년부터 규격에 맞지

않다는 이유로 판매되지 못한 상품을 모아 옷을 필요로 하는 사람들에게 기증하고, 옷으로 사용되지 못한 상품은 단열재로 가공하거나 걸레 등으로 재이용하고 있습니다. 2016년에는 약 9.5t의 옷을 모아, 그중 60% 이상을 기증하고 30%를 리사이클 했습니다.

■ 고품 연료로 리사이클

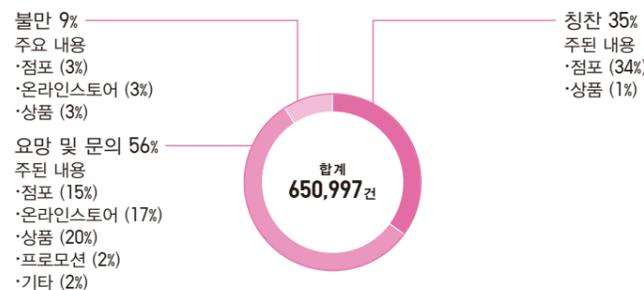
고객으로부터 회수한 옷을 선별한 후 입을 수 없는 옷(약 20%)은 고품 연료로 재탄생합니다. 옷을 분쇄기로 잘게 재단해, 금속을 제거하고 종이와 플라스틱을 섞어 압축하면 고품 고품연료(RPF)가 됩니다. 고품연료는, 석탄 등의 화석연료 대체품으로 대형 제지회사의 전용 보일러에서 사용되고 있습니다.

고객이 주신 의견 건수(일본)
*웹, 앱서, 앙케이트, 전화, 메일, 채팅의 합계

2015년도	273,400건
2016년도	390,890건
2017년도	650,997건

2017년도에 고객 센터에 보내주신 의견(일본)

*전화, 메일, 편지, 매장에서 배포하는 엽서에 의한 자유 회답 집계 결과



TOPICS

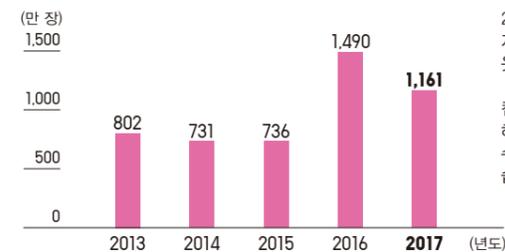
UNIQLO UPDATE를 개설

2017년 9월, 일본 유니클로에서 웹사이트 'UNIQLO UPDATE'를 개설했습니다. 이 사이트에서는 고객의 의견으로 개선된 상품의 대표 사례를, 진화된 포인트와 함께 소개하고 있습니다. 예를 들면, '소재가 너무 뻣뻣한 것이 신경 쓰인다'는 의견을 반영해 소재의 터치를 부드럽게 개량한 팬츠, 코트 안에 받쳐 입었을 때 목둘레가 보이지 않도록 V넥으로 바꿀 수 있는 다운베스트 등, 다양한 상품이 게재되어 있습니다.

고객으로부터 많은 의견을 수집하여 하나 하나를 꼼꼼하게 검토하고 더 좋은 상품을 만듦으로써, 고객이 좋아해 주시는 옷을 지속적으로 만들어가고자 하는, 상품개발에 대한 자세를 전달하고 있습니다.



옷 회수 수량의 추이



2016년도에는, 난민 지원 확대를 목적으로 옷 회수를 강화한 '1000만 벌의 도움' 캠페인을 실시하여, 해당 년도의 회수 수량이 대폭 증가했습니다.



커뮤니티가 환영하는 개점 경영 실천

과제 인식

환경 부하의 증대, 빈곤·난민 문제, 인종 차별, 테러, 지역 분쟁 등, 국제사회는 지금 중대한 사회 과제에 직면해 있습니다. 패스트 리테일링(FR) 그룹은 세계 각지의 다양한 커뮤니티 안에서 활약할 수 있는 존재입니다. 이 커뮤니티의 지속 가능한 성장과 발전에 공헌하는 것은 우리의 중요한 책임입니다. 커뮤니티에는 난민 문제 등의 글로벌한 사회 과제와 더불어, 사업국 고유의 과제가 존재합니다. 지속 가능한 사회를 실현하려면, 지자체와 NGO·NPO, 국제기관 등이 가진 식견과 노하우뿐만 아니라 지속적인 성장을 사명으로 하는 민간기업의 다양한 기술과 노하우, 제품, 서비스, 정보와 자금, 경영 능력 활용이 필요합니다.

어프로치

FR 그룹은 옷을 비즈니스로 하는 기업의 강점을 살려, 유엔 난민 기구(UHCR)와의 글로벌 파트너십을 통해 난민·피난민과 재해 이재민에 대한 의류 지원 활동, 기타 긴급지원, 자립 지원, 계발 활동 등을 실시하고 있습니다. 또한, 커뮤니티가 계속해서 발전해 나가기 위해서는 사람들이 자립할 수 있는 생활 환경이 불가결합니다. 이에 FR 그룹에서는 세계 각지의 점포를 활용하여, 여러 가지 이유로 사회적 약자가 된 사람들에게 대해 직업훈련과 취업의 기회를 제공함과 동시에, 차세대를 짊어져 나갈 아이들의 교육을 지원하고 있습니다. 또한, 점포 그 자체가 지속 가능할 수 있도록 지역 주민과 교류하면서 지역 고유의 전통과 문화에 기반을 둔, 안전하고 환경부하가 적은 점포 개발에 힘쓰고 있습니다.



커뮤니티가 환영하는 개점 경영 실천

지속 가능한 점포 개발

■ 지역에 기반을 둔 개점 경영을 추진

점포가 있는 나라와 지역에는, 역사가 빛어낸 고유의 문화·생활·기후와 풍토가 있고, 옷에 관해서도 선호하는 색상이나 디자인, 실루엣, 어울리는 사이즈가 있습니다. 패스트 리테일링(FR) 그룹은 세계 각지의 문화, 가치관, 역사를 존중하며, 새로운 트렌드를 도입한 점포를 개발하고 있습니다. 지역 요구와 판매량에 맞추어 라인업을 갖추고, 충분한 상품 지식을 갖춘 스태프가 고객 한 사람 한 사람과 대화하며 고객 요구를 충족시켜주는 점포 운영을 지향하고 있습니다. 또한, 이와 동시에 환경을 배려한 점포 개발 및 운영을 추진해, 글로벌한 사회 과제에도 해결책을 제시해 나가고자 합니다.

FR그룹은, 경영자 마인드를 가진 종업원들이 지역마다 다른 요구에 부응하면서 비즈니스의 성장과 환경·사회의 지속가능경영을 양립시켜 나가는 개점 경영을 글로벌한 점포 운영의 지침으로 삼고 있습니다.

■ 3개의 축으로 점포에서의 환경 부하를 저감

FR 그룹은, 사업 활동에서 다양한 환경 부하를 저감시켜 나가기 위해 '점포 설계와 오퍼레이션 방침'을 책정해, 아래의 3가지를 축으로 활동을 추진하고 있습니다.

점포에서의 에너지 사용 억제·삭감

점포의 조명과 공조시스템의 갱신, 운용 개선을 통해, 온실효과 가스 배출량과 에너지 사용량의 삭감을 위해 힘쓰고 있습니다. 일본 유니클로 점포에서는 2020년도까지 이산화탄소 배출량을 2013년 대비 10%(연상면적 원단위) 삭감을 목표로, 환경을 배려한 점포 설계와 자재 조달을 진행하고 있습니다.

점포 내 폐기를 관리와 리사이클

점포에서 나오는 폐기물의 99%가 상품 포장재입니다. 일본 유니클로 및 GU 사업의 노면 점포에서는, 포장재 리사이클 비율 100%를 목표로 함과 동시에, 건물 입점 매장에서도 쓰레기 최소화를 실천하고 있습니다. 또한, 점포의 폐점이나 개장 시에 발생하는 점포 집기와 설비 일부를 신규 점포에서

재사용하는 일본 유니클로 사업의 실천 사례를 중국과 한국으로 확대하고 있습니다.

지속 가능한 점포 건축자재·설비·소모품

점포에서 사용한 건축자재·소모품을 정기적으로 점검함과 동시에 개보수 등을 실시하여, 에너지 절약 소재·설비를 도입하고 재활용을 추진하는 등, 더욱 지속 가능한 점포가 되도록 노력하고 있습니다.

지역에서 환영받는 점포 운영

■ 싱가포르에서 장애인을 대상으로 한 새로운 프로그램 시작

유니클로 싱가포르 사업은, 2009년 진출 이래 적극적으로 장애인을 고용하고 있으며, 점포 내에서 앱을 활용한 티셔츠 이벤트를 개최하는 활동도 실시하고 있습니다.

2017년에는 장애인 취업 지원을 목적으로 한 새로운 직업 훈련 프로그램을 시작했습니다. 이는 싱가포르의 직업 훈련 시설 내에 유니클로 가설점포를 만들어, 장애인이 점원이

되어 판매를 체험하는 등, 소매업에서 일할 때의 업무 기술을 습득하는 프로그램입니다.

옷 그 자체를 통한 사회공헌

■ '전 상품 리사이클 활동'을 전개

옷은 인간의 존엄과 자립을 위한 다양한 역할을 합니다. 이러한 옷이 지닌 힘을 최대한으로 살리면서, 필요로 하는 사람들에게 옷을 제공하기 위해, 유니클로 사업은 2006년부터 고객이 입지 않게 된 옷을 점포에서 회수하고 있습니다. '전 상품 리사이클 활동'을 통해 회수된 옷은 유엔 난민 기구(UNHCR)와 협동해, 난민·피난민에 대한 기증을 실시하고 있습니다.

회수한 의류는 처음에 연료로 사용되었으나, UNHCR의 협력으로 리유스(재이용) 중심으로 바뀌었습니다. UNHCR과 아시아 기업 최초로 글로벌 파트너십을 체결한 2011년부터는 해외 거점에서도 회수를 실시하고 있습니다.

2017년 8월 말 현재, 16개 나라와 지역에서 의류를 회수하고 있으며, 약 80%는 리유스, 약 20%는 고품질 고품연료(RPF)로 리사이클하고 있습니다.

TOPICS

역사적 건축물을 활용한 점포개발 — 몽펠리에점 사례

2017년 3월, 프랑스 남부의 도시 몽펠리에에 유니클로 점포가 신규 오픈했습니다. 점포가 입주한 곳은 19세기에 건설된 몽펠리에 유수의 역사적 건축물로, 그 가치를 보존하기 위해 지방 자치 단체는 출점 점포를 엄격하게 심사하고, 출점 후에도 보전 상태를 관리하고 있습니다. 유니클로 프랑스 사업은 출점하는 과정에서 지방 자치단체 등과 많은 대화를 나누었습니다. 또한, 전통을 중시하면서 지역을 더 좋은 방향으로 바꾸어 나간다는 FR 그룹의 사업 가치관과 이념, 과거 실적을 소개하며 자치단체와의 공동 계획 진행을 제안했습니다. 디자인 면에서도, 파사드(FaÇade-건물의 출입구로 이용되는 정면 외벽 부분)와 지붕의 트러스 구조를 그대로 남기는 한편, 많은 LED 조명을 사용하여 전통과 모던을 융합시켰습니다. 오픈으로부터 1년, 자치 단체 관계자에 의하면 유니클로로 인해 주변 점포의 고객도 증가하여 쇼핑가 전체 매출이 약 10% 향상되었다고 합니다.



현재 건물과 19세기에 건설된 건물 비교



건물의 최대 특징인 지붕의 트러스 구조를 보전해서 활용

점포 및 본사의 환경 영향 (일본 그룹 회사)

*점포는, 일본 유니클로·GU 수치. 본사는 룩폰기 본부·아리아케 본부 및 야마구치 본사 수치.

에너지 사용량	이산화탄소 배출량 (tCO2e)	폐기물 (t)
전기(점포) 272,424,374 kWh	가스(점포) 13,169	점포 55,543
전기(본사) 12,016,239 kWh	가스(본사) 40	본사 289
도시가스 및 LPG가스(점포) 3,086,825 m³	스코프1 합계 13,209	
가스(본사) 6,073 m³	전기(점포) 159,913	일본 유니클로 점포에서의 이산화탄소 배출량 삭감 목표 (연상면적 원단위)
	전기(본사) 6,158	
	스코프2 합계 166,071	
		2020년도 말까지 2013년도 대비 10%

■ UNHCR과의 대화를 통해 매칭 정확도 향상

난민·피난민에게 기증한 옷이 유효하게 이용되기 위해서는 종교와 문화 외에도, 생활 환경의 변화 등을 고려한 매칭 정확도가 아주 중요합니다. 패스트 리테일링(FR)은 유엔 난민 기구(UNHCR)와 함께 필요한 옷의 종류와 수량, 물류 루트 등을 확인하고, 이와 더불어 종업원이 직접 난민 캠프를 방문해 옷의 배포 상황과 옷에 대한 난민들의 요구를 직접 히어링하고 있습니다.

2017년도에는 UNHCR과 협력해, 장기적인 지원이 필요한 지역과 긴급성이 높은 지역으로 나누어 기증처를 관리하는 체제를 구축하였고, FR 롯폰기 본부에서 세계 각지의 UNHCR 직원이 모여 워크숍을 개최했습니다. 그 결과, 남수단, 아프가니스탄, 콜롬비아의 난민·피난민에 대한 기증 수량이 증가했습니다. 2017년 8월 말까지의 누계로 65개 나라와 지역에 약 2,558만 장을 기증했습니다.

차세대 지원

■ 난민 문제를 생각하는 출장 수업 실시

일본 유니클로 사업은, 아이들이 난민 문제에 관심을 가지고 해결을 위한 행동을 할 수 있도록, 2009년부터 '옷의 힘 프로젝트'를 실시하고 있습니다. 이는 종업원이 강사가 되어 아이들에게 난민의 피난 생활과 옷의 역할에 대해 알려 주고, 의류 회수 활동을 체험하게 하는 출장 수업입니다. 수업 마지막에는 난민 캠프에서 옷을 기증하는 모습을 정리한 포토 리포트를 보면서, 옷이 현지에서 어떻게 도움을 주고 있는지를 배웁니다.

2017년에는 전국 322개 학교에서 약 30,600명이 참여해, 난민 캠프 등에서 중요도가 높은 아동복을 회수했습니다. 이 프로젝트는 한국과 미국에서도 실시하고 있습니다.

■ 점포에서 '직장 체험' 실시

일본 유니클로와 GU 점포에서는 초·중고 학생들을 대상으로 한 '직장 체험'을 실시하고 있습니다. '직장 체험'에서는 모든 업무가 고객 만족과 점포의 팀워크로 이어지는

의미 있는 일이라는 점을 실감할 수 있도록, 점장과 점포 스태프가 대상 연령에 맞추어 활동을 계획합니다. 과제에 대해 스스로 생각하고 해결하는 자리를 마련하는 등, 살아가는 힘이 되는 문제 해결 능력과, 사회에서 필요한 예의범절·매너, 의사소통 능력을 함께 습득할 수 있도록 했습니다. 이러한 활동들은 참여하는 점포 스태프에게도 아주 중요한 배움의 장이 됩니다.

2017년에는 전국 735개 학교에서 2,066명이 참여했습니다.

■ 리더 육성을 목표로 한 장학금 프로그램 개시

유니클로 홍콩 사업에서는 사람들이 활기차게 활약할 수 있는 회사를 지향하며 2015년, 미래의 리더 육성을 목적으로 한 5개년 장학금 프로젝트를 시작하여, 매년 10명의 젊은이에게 장학금을 제공하고 있습니다.

2017년도에는 대학생으로 한정되었던 기존의 응모 대상을 유니클로 점포에서 일하는 학생과 스태프에게까지 확대했습니다.

난민의 자립 지원

■ 난민 고용

일본 유니클로 사업에서는 2011년부터 난민 사업 본부 등과 연계해, 일본에서 난민 인정을 받고 정주를 인정받은 난민과 그 가족을 대상으로, 난민 고용을 적극적으로 추진하고 있습니다.

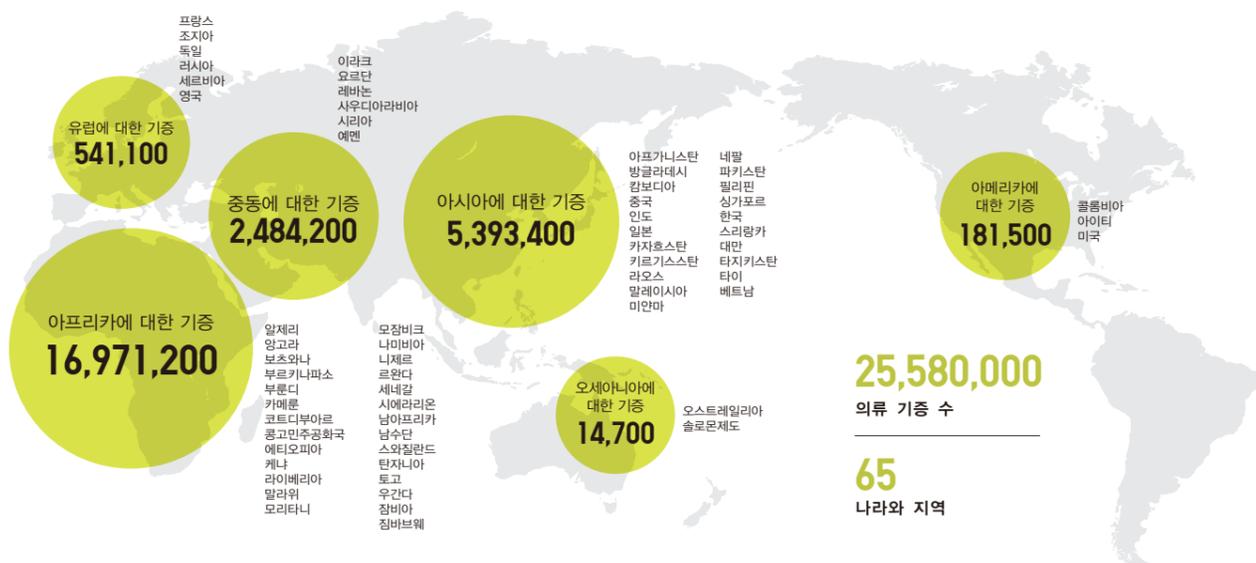
해마다 수용 인원 확대를 도모함과 동시에, 난민에 대해 더욱 깊이 이해하기 위해, 종업원 본인뿐만 아니라 점장과 트레이너 종업원에 대한 연수도 실시하고 있습니다.

현재는 독일, 프랑스 등에서도 난민 고용을 실시하고 있으며, 2017년 10월 말 현재, FR 그룹에서 총 57명이 근무하고 있습니다. 앞으로 100명 고용이 목표입니다.

■ UNHCR 자립 지원 프로그램에 협력

FR은 2016년부터 550만US\$을 UNHCR의 난민 자립 지원 프로그램에 각출했습니다. 양재와 컴퓨터 학습 등 지역에서 필요한 기술을 익히는 직업 훈련과, 자영업 지원 등 수입 창출 프로그램을 아시아 5개국에서 진행하고 있습니다.

'전 상품 리사이클 활동'의 의류 기증 실적(별) (2017년 8월 말까지의 누계)



'옷의 힘 프로젝트'와 직장 체험 실시 횟수 (일본 내 그룹 2017년)



'옷의 힘 프로젝트' 322개 학교 약 30,600명이 참가
직장 체험 735개 학교 2,066명이 참가

UNHCR과 유니클로 자립 지원 프로그램 참가자 수(2016년)



이란 3,220명 인도 1,267명
말레이시아 1,015명 네팔 351명

©Natsuki Yasuda/studioAFTERMODE

※2017년에 파키스탄에서도 지원을 개시

MESSAGE

필리포 그란디 유엔난민기구 고등판무관으로부터의 메시지



필리포 그란디 판무관(오른쪽)과 야나이 CEO

난민 문제는 계속 확대되고 있다

지금 가장 위기적인 지역은 8개의 분쟁을 안고 있는 아프리카입니다. 그리고 아시아에도 2개의 커다란 분쟁이 있습니다. 하나는 아프가니스탄으로, 위기가 장기화함에 따라 피난 지역에서 제2세대 난민이 탄생하는 등, 심각한 문제를 안고 있습니다. 최근에는 미얀마에서 방글라데시로 피난한 로힝야족 문제가 있습니다. 내란과 전쟁, 폭력, 박해로 고향을 떠난 난민의 수는 전 세계에 6,600만 명이 넘는 것으로 추산되고 있습니다.

난민 문제는, 이제 유럽이나 미국, 호주 등 선진국에서도 과제입니다. 정국에 이용하려 하는 정치가도 있으나, 이는 잘못이라고 생각합니다. 위험을 벗어나고자 한 난민은 본국으로 돌아갈 그 날까지 도움과 보호가 필요한 사람들이라는 사실을 잊어서는 안 됩니다.

다양한 경영 자원을 가진 민간 기업에 기대

이러한 정세 속에서, 유엔 난민 기구 (UNHCR)는 세계 각지에 대해 국경을 열고 난민을 받아들이도록 호소하며 재정 지원을 요청하고 있습니다. 그러나 난민 문제는 국가와 원조기관만으로는 온전히 대응할 수 없는 규모와 심각성을 안고 있으므로, 민간 기업이 가진 경영자원의 활용을 기대하고 있습니다. 특히 글로벌 기업은 사업을 통해 많은 난민을 고용한다거나, 난민 문제를 사람들에게 깨우쳐 줄 수 있는 기회가 있습니다. 그리고 기술력, 물류망, IT와 같은 과제를 해결하기 위해 반드시 필요한 자원을 가지고 있습니다. 기업만의 능력을 살린 적극적인 지원을 기대하고 있습니다.

FR의 다각적인 활동을 평가

이러한 상황 속에서 패스트 리테일링 (FR)과의 협동은, 자금 제공뿐만 아니라 FR

의 종업원과 거래처, 고객과 함께 다방면에 걸친 난민 지원 활동을 전개하고 있다는 점에서, 다른 기업에게 많은 참고가 됩니다.

'전 상품 리사이클 활동'도 그 중 하나입니다. 유니클로·GU 사업은 전 세계 점포를 통해 종업원과 고객에게 난민의 존재와 문제의 심각성을 알리고 동시에, 옷 기증이라는 해결책의 하나를 직접 실천하고 있습니다.

또한, 점포에서는 난민의 직업 체험을 실시하고 이를 고용과 연계하고 있습니다. FR은 '난민은 부담되는 존재가 아닌, '가능성과 전력을 가진 자산'이라는 사고방식 아래, 현재 57명의 난민이 일본, 독일, 프랑스에서 일하고 있습니다. (2017년 10월 말 기준) 목표는 100명이라고 들었습니다. 앞으로도 지역 사회에 난민이 융화될 수 있도록 지원을 부탁드립니다.

그리고, 2011년부터는 FR 그룹의 종업원이 난민 지원의 현장에 파견되어, UNHCR 직원들과 함께 활동을 체험하는 프로그램도 진행하고 있습니다. 이 활동을 통해 종업원 한 명 한 명이 '홍보대사'가 되어, 고객과 가족, 친구들에게 난민 문제의 상황을 들려줌으로써, 문제 해결을 위한 새로운 방법이 탄생하기를 기대합니다.

난민 문제의 지원 활동에 참가를

마지막으로 다시 한번 말씀드리고 싶은 것은, 난민이란 세계에서 가장 어려운 상황에 놓인 사람들이라는 점입니다. 저나 여러분과 똑같은 사람들이, 단 하루 만에 모든 것을, 집과 일과 학교, 친구, 그리고 가장 소중한 사람마저도 버리고 피난을 선택할 수밖에 없었습니다. 난민은 위협이 아니라, 위협을 피하고자 도움을 청하는 사람들입니다. 난민이 놓인 상황에 대해 배우고, 그 지원을 실천하고 있는 단체와 기업의 활동에 여러분의 많은 참가를 부탁드립니다.

소셜 비즈니스로 풍요로운 삶을 실현

■ 방글라데시에서 '그라민 유니클로' 전개

방글라데시는 FR 그룹의 중요한 생산거점입니다. 최근 눈부신 경제성장을 이룩하고 있으며, 2016년 경제성장률은 7%에 달합니다. 한편, 빈곤과 교육 등의 사회 과제가 존재합니다. 이에 FR은 2010년, 방글라데시에서의 섬유산업 발전과 사회 과제 해결을 목표로, 노벨 평화상 수상자인 무하마드 유누스 씨가 창설한 그라민 은행 그룹과 함께 소셜 비즈니스를 개시하여, 2011년 방글라데시에서 합작회사 Grameen UNIQLO Ltd. (그라민 유니클로)를 설립했습니다.

그라민 유니클로는, 생산에서 판매에 이르기까지 모든 사업 프로세스를 방글라데시에서 전개하고 있습니다. 고품질이며 쾌적한 상품을 현지 사람들이 부담 없이 구매할 수 있는 가격으로 판매하고 있으며, 그 수익은 사업에 재투자됩니다. 그라민 유니클로의 성장과 함께 생산 파트너의 사업과 그 노동자의 기술 향상도 지향하고 있습니다. 또한, 유니클로 사업의 노하우와 경험을 적극적으로 활용해 나가기 위해, 일본 유니클로의 상품 개발 부문에 그라민 유니클로

디자이너가 연수로 참여하고, 동시에 출점 개발 담당자가 유니클로 글로벌 회의에 참여해 FR 그룹의 방침과 출점 개발의 사고방식을 확인했습니다.

그라민 유니클로 점포는 2년 동안 5점포가 늘어, 2017년 12월 말 시점에는 14점포가 되었고, 첫 여성 점장도 탄생했습니다. 앞으로도 현지에서의 상품 개발, 고용, 출점, 판매 등을 적극적으로 추진해 방글라데시 사람들의 생활을 풍요롭게 해 나갈 것입니다.



모든 종업원이 건강하게 활약할 수 있는 직장 만들기

과제 인식

글로벌 기업은 법령과 기준이 제각기 다른 나라와 지역에서 사업을 전개합니다. 국제사회에서 지속 가능한 비즈니스를 추진해 나가려면 현지의 법령 준수뿐만 아니라, 이해관계자의 인권을 중시하여 사업을 추진해 나갈 필요가 있습니다. 또한, 기업이 경쟁력을 높이기 위해서는 모든 종업원의 능력을 높여 자아 실현에 기여하고, 기업은 그 능력을 발휘할 수 있는 기회와 평가·보수제도를 정비하며 방향성을 맞추어 나갈 필요가 있습니다.

어프로치

패스트 리테일링(FR) 그룹의 성장 원동력은 세계 각지에서 활약하는 종업원들입니다. FR은 한 사람 한 사람의 종업원이 가진 힘을 저마다 발휘하며 지역사회 및 회사와 더불어 성장해 나갈 수 있도록, '안심하고 일할 수 있는 직장 정비'를 중요 과제의 하나로 삼고 있습니다. 또한, FR은, '일을 통한 성장과 자아실현의 기회 제공'도 중요한 과제로 여기고, 커리어 개발과 능력 개발에 관련된 다양한 시책을 펼치며 글로벌한 평가·보수 제도 정비에도 힘쓰고 있습니다. FR은 이러한 인사 면에서의 시도를 한층 강화해 나가기 위해 그룹·글로벌로 시책을 펼쳐나가는 '글로벌 인사부'를 마련했습니다.

또한, 인권과 법률 준수 등을 포함해, 종업원이 지켜야 할 지구 환경, 회사 재산, 정보관리 등에 관해 명문화한 '패스트 리테일링 윤리 규범(CoC)'을 제정했습니다. 종업원 전원이 항상 윤리적인 행동을 취할 수 있도록 연수 등을 진행하고 있습니다.



모든 종업원이 건강하게 활약할 수 있는 직장 만들기

인권 존중

■ 인권 방침 책정에 착수

패스트 리테일링(FR)은, 법률 준수와 인권 존중, 기업 윤리 등, 모든 종업원이 공통 지침으로 삼을 기본 항목을 정리한 '패스트 리테일링 윤리 규범(CoC)'을 제정했습니다.

FR은, FR 그룹의 모든 종업원에 대해 CoC의 이해와 침투를 촉진하기 위해 CoC 연수를 실시하고 있습니다. 또한, 연수를 수강한 모든 종업원이 서명 기재한 CoC 준수 서약서의 서면 제출을 요구하고 있습니다.

지속가능경영 연수와 기업이념 연수에서도, 기업 윤리와 법률 준수의 중요성을 전달하고 있습니다.

나아가, 인권 문제에 대해 세계적으로 의식이 높아지고 있는 점을 반영해, 2017년에는 '인권 방침' 책정에 착수해, 인권 존중에 대한 시책을 강화하고 있습니다.

■ 세계의 각 사업 거점에서 핫라인을 운용

FR은, CoC 위반이 우려되는 사항이나 개인의 업무상 고민 등을 전하는 핫라인을 그룹·글로벌로 운용하고 있습니다.

안건에 대해서는 담당자가 상담자의 프라이버시를 보호하면서 실태조사를 실시하여, CoC 위반 의혹이 있으면 CoC 위원회 또는 관련 부문에서 구체적인 해결을 위해 심의합니다.

핫라인 상담 내용은, 일본과 해외 모두 '상사와의 커뮤니케이션 문제' '업무 및 커리어에 관련된 상담' 이 다수를 차지했습니다. 이러한 문제들은 경험이 적은 점장이나 매니저의 종업원 대응으로 인한 사례가 많아, 앞으로 관리직으로 승격한 종업원에 대해 연수를 강화해 나갈 예정입니다.

기회 균등·다양성 존중

■ 여성 종업원의 활약을 지원

여성 상품이 절반 이상을 차지하는 FR 그룹에 있어, 여성 종업원의 활약은 사업 성장에 빼놓을 수 없습니다. 이에 FR은, 관리직에서의 여성 비율을 30% 이상으로 한다는 목표를 내걸고 2015년 3월에 '여성 활약 추진실'을 설치하였습니다. 여성 점장과 경영층 및 외부 전문가가 대화하는 'Women's

다이렉트 미팅', 육아를 하면서 점장으로 일하는 여성 직원들이 의견을 교환하는 '육아 여성 점장회', 여성 관리직을 멘토로 한 '여성 점장 연수' 등을 개최하고 있습니다. 출산·육아 휴가를 취득 중인 종업원이 현장 복귀를 불안해하지 않도록 지원하며, 희망자는 이러한 연수에 참가할 수 있습니다.

이러한 활동 결과, FR 그룹의 2017년도 여성 관리직 비율은 31.3%가 되어, 목표를 달성할 수 있었습니다. FR 그룹은 앞으로도 각종 제도 확충을 도모함과 동시에, 관리직 후보 종업원을 폭 넓게 선정해 새로운 업무에 대한 할당과 부문 이동에 의한 계획적인 커리어 형성 지원을 도모하고, 리더는 물론, 부장 임원 등의 여성 비율 향상에 더욱더 노력해 나갈 것입니다.

■ 직장 생활의 양립을 지원

FR 그룹이 계속해서 성장해 나가려면 종업원이 장기간에 걸쳐 일하고 활약할 수 있는 직장환경 정비가 불가결합니다. 이에 FR은 병간호를 포함해 출산·육아·등의 라이프 이벤트를 맞이한 종업원이 다양한 업무 형태를 선택할 수 있도록,

육아·병간호 휴가, 시간 단축 근무 등, 남녀를 불문하고 일과 생활의 양립을 지원하는 다양한 제도를 정비하고, 이용하기 편한 환경 조성에 힘쓰고 있습니다. 2017년에는, 일본 내 FR 그룹의 본부 직원을 대상으로 재택근무 제도를 도입했습니다.

■ 장애인 고용을 추진

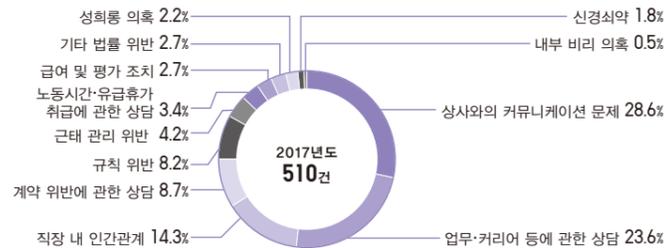
FR 그룹은, 종업원이 모든 장애의 유무를 떠나 팀의 일원으로 서로 배우고 성장하기 위해, 2001년부터 일본 유니클로 점포에서 장애인 고용을 개시해, 2012년에는 애초 목표였던 '1점포 1명'을 거의 달성했습니다. 2017년도 유니클로 한국 사업의 장애인 고용률은 5.3%로, 국내 법정고용률(2.9%)을 크게 넘었습니다.

2017년 8월 말 현재, 16개 나라와 지역에서 1,613명의 장애인이 일하고 있습니다.

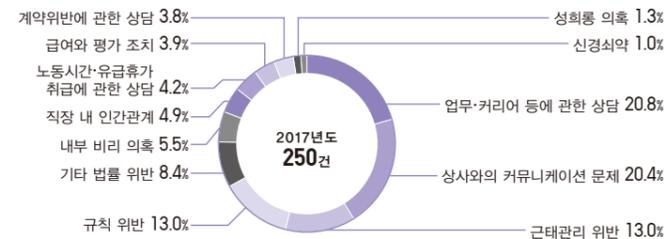
나라·지역별 종업원(명)

일본	63,000	말레이시아	1,100
중국	21,300	영국	700
미국	5,000	캐나다	600
한국	4,600	독일	200
홍콩	3,100	방글라데시	200
대만	3,000	스페인	200
프랑스	3,000	벨기에	100
타이	1,700	베트남	90
러시아	1,600	이탈리아	70
필리핀	1,500	스위스	50
인도네시아	1,300	인도	10
싱가포르	1,200	터키	10
오스트레일리아	1,200		
합계		114,830	

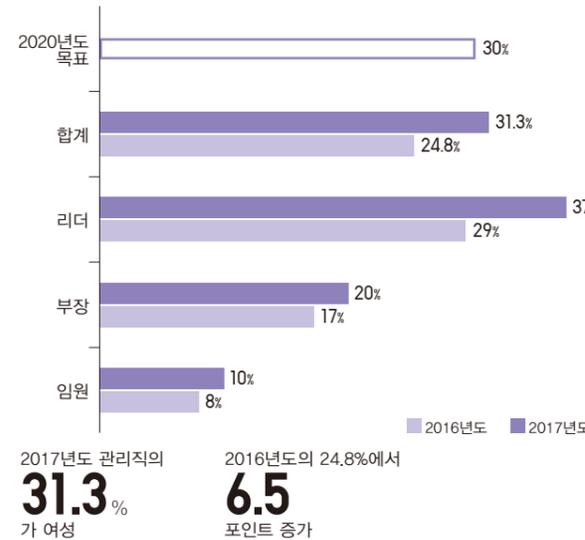
핫라인 상담 건수와 그 내용(일본 내 그룹 회사)



핫라인 상담 건수와 그 내용(중국·대만·한국사업)



관리직에서 여성이 차지하는 비율



육아·병간호 지원제도 이용자 수(명) (일본 내 그룹 회사)

	육아		병간호	
	휴가 취득자 수	단축근무제 이용자 수	휴가 취득자 수	단축근무제 이용자 수
정직원	992	618	38	12
정직원 이외	650	32	7	0
남성	9	2	3	0
여성	1,633	648	42	12
합계	1,642	650	45	12

장애인 고용

1,613 명 **16** 개 나라와 지역
그 중 일본 내 그룹 회사가 1,266명

안전·건강 관리

■ 노동 안전 위생 프로그램 추진

패스트 리테일링(FR)은, 일본 내 그룹 종업원에게 안전하고 건강한 직장 환경을 제공하기 위해, 일본 전국 50명 이상의 산업의와 계약했습니다.

또한, 일본 내 3개소에 'FR 웰니스 센터'를 설치. 이 센터는 종업원이 건강진단을 받는 것을 촉진하고, 심신의 건강에 관련된 지속적인 정보 발신과 보건사 및 상담원에 의한 건강 상담을 하고 있습니다. 또한, 통괄 산업을 중심으로 한, '중앙 안전 위생위원회'를 매달 개최해, 노동 안전 위생 프로그램의 진척 상황 확인과 과제 해결에 대해 논의하고 있습니다.

2017년도에는 증가하는 해외 부임자에 대한 부임 전 건강진단과 건강 지도, 현지 담당의 선정 등을 실시했습니다. FR은 앞으로 이러한 활동을 해외 거점으로 확대해 나갈 예정입니다.

■ 노동재해 사고 방지책으로 발생 건수가 감소

FR 그룹의 노동재해 사고 대부분이 점포 내에서의 사다리

사용 및 레이아웃 변경 시의 집기 이동에 따른 부상이었던 점을 고려해, 2017년에는, 인트라넷을 통해, 올바른 사다리 사용법을 사진과 동영상으로 통지했습니다.

커리어 개발의 촉진

■ 비전·방침을 공유

비즈니스 환경이 다양화되는 가운데, 종업원 한 사람 한 사람이 능력을 발휘하며 활약하기 위해서는 비전을 공유하는 것이 중요합니다. FR 그룹은, 이를 위한 기회로 점장 및 본부 종업원 약 5,000명이 참가하는 'FR 컨벤션'을 일본에서 연 2회 개최하고 있습니다.

■ 커리어 개발 촉진

FR은 종업원의 커리어 개발의 일환으로, 종업원이 자신의 커리어 희망을 인사부에 직접 신고할 수 있는 '자기신고 제도', 점포·본부 각 부서에 대한 이동 희망자를 모집하는 '사내 공모제도'를 실시하고 있습니다. 2017년 8월부터는 FR 그룹 각사의 사업 경영자와 각 부문 책임자, 인사부가

종업원의 커리어계획을 논의하는 '인재개발 회의'를 열고 개인의 업무 할당·이동·등용을 계획적으로 실시하고 있습니다. 2017년에는, FR 그룹 전 종업원의 능력, 평가, 커리어 등을 통합한 인재 데이터베이스를 구축. 이와 더불어, 글로벌한 관점에서 최적의 인사이동을 실시해 나갈 '글로벌 인사부'를 설치했습니다.

■ 커리어 개발을 뒷받침해주는 평가 제도를 정비

FR은 종업원을 적정하게 평가하기 위해, 눈에 보이는 성과뿐만 아니라, 상사·동료·부하직원이 개인의 다양한 능력을 360도 평가하는 제도를 2017년 10월부터 전 그룹에 도입했습니다.

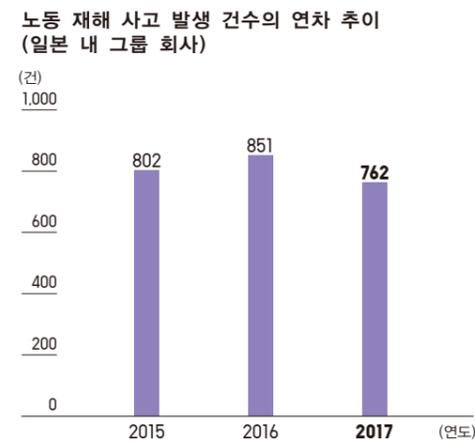
또한, 투명하고 공정한 인사 평가와 급여를 FR 그룹 전체가 통일해서 실시해 나가기 위해, 직종 계층별로 필요한 능력과 요건을 정의한 글로벌 그레이드를 채용. 2015년도부터는 나라와 지역, 평가자, 실적에 의한 평가의 편중이 없도록, FR 그룹 공통의 평가 분포 가이드라인을 도입했습니다.

능력개발·교육의 촉진

■ 인사 제도와 교육 프로그램 연동

종업원의 커리어를 넓히기 위해서는 전체 교육과 더불어, 개성과 목표에 맞는 개별 교육이 중요합니다. 또한, 복잡한 비즈니스 환경 속에서 성과를 낼 수 있는 글로벌 리더 육성에는, 인사 제도와 교육 프로그램의 연동이 반드시 필요합니다.

이에 FR 그룹의 사내 교육기관 'FR-MIC(FR Management and Innovation Center)은 인사부와 함께 장기적인 관점에서 인재를 육성하는 '10년 교육 프로그램'을 책정했습니다. 또한, 글로벌 리더 육성을 위한 방안으로, 세계 각지 사업 거점에서 추천받은 경영자 후보가 참가해 브랜드와 사업국 및 지역을 횡단한 업무상의 중요 과제 해결을 목표로 한 '미래의 글로벌 리더 프로그램', 사업 과제 해결과 신규사업 개발 및 제안과 실행에 도전하는 'MIRAI 프로젝트'를 운영하고 있으며, 현재는 이러한 활동들의 성과를 검증하며 한층 효과적인 프로그램 개발을 진행하고 있습니다.



10년 교육 커리큘럼의 흐름

	기초 교육 입사 1년	초급 교육 입사 1~2년	중급 교육 입사 2~6년	상급 교육 입사 6~10년
FR의 가치관	신입 교육 신인점장 교육		FR 컨벤션 점장 다이렉트 커뮤니케이션/경영자가 되기 위한 노트 세션	
FR의 이념	FR의 이념 교육(기초~상급)			
문제 해결 능력	문제파악·원인분석	문제해결의 패턴	과제설정·판단력 강화	사업 과제 해결 연습
정보 활용	정보의 수집	정보의 분석	정보의 활용	
창의적 사고력	크리에이티브 체험	발상의 기본 수법	발상을 비즈니스에 연결하기	
비즈니스 커뮤니케이션	기본 동작	수용·말하기·듣기·읽기	설명·설득	합의 형성
이문화 커뮤니케이션	이문화 커뮤니케이션			
판매계획	판매계획(기초~상급)			
부하 육성	부하 육성(기초~상급)			

기업 지배구조에 대한 개념

패스트 리테일링(FR)은, 이사회와 독립성과 감사 기능을 강화하면서, 신속하고 투명성 있는 경영을 실현해 기업 지배구조의 수준을 높이고 있습니다.

기업 지배구조체제 강화의 일환으로, 이사회 및 대표 이사로부터 일정한 범위내에서 업무 집행 권한을 이양하는 집행임원제도를 채용함으로써, 경영의 의사결정 기능과 업무집행 기능의 분리를 도모하며, 신속한 경영을 지향하고 있습니다.

또한, 이사의 과반수를 사외 이사로 함으로써 이사회의 독립성을 높임과 동시에 감사 기능을 강화했습니다.

당사는 감사회 설치 회사로, 이사회의 기능을 보완하는 각종 위원회를 설치하고 있습니다. 위원회에는 '인사 위원회' '지속가능경영 위원회' '정보공개 위원회' 'IT 투자 위원회' '윤리 규범(CoC) 위원회; '기업거래 윤리 위원회'가 있습니다.

2017년도의 개최 실적

지속가능경영 위원회	2회
기업 거래 윤리 위원회	12회
윤리 규범(CoC) 위원회	10회

정보 보안

FR 그룹은, 사업의 글로벌화와 전자 상거래 사업의 매출 비율 향상, 그리고 세계 나라와 지역에서의 개인정보 보호 관련 법안의 제정 엄격화가 진행되는 가운데, 정보 보안에 대한 대처의 중요성을 강하게 인식하고 있습니다. 2014년 5월에는 정보 보안 담당 임원인 그룹 CSO(Chief Security Officer-최고 보안 책임자)의 직속 조직으로, FR 그룹의 정보 보안실을 설치, IT 관련 각 부문과 사업 부문 등을 횡단하는 정보관리 체제를 구축하고, 사업 전체에서의 정보 보안에 관하여 평가하고 대책을 실시했습니다.

또한, 종래의 정보 보안 규정을 최근의 상황에 맞추어 재고하고, 종업원의 의식 향상을 목표로 한 새로운 정보 보안 방침으로, 2017년 2월에 '정보 보안 기본규정' '개인 정보

기본규정'을 제정했습니다. 종업원에게는 e러닝 등을 통해 철저한 주지를 도모하고 있습니다.

앞으로도, 세계의 나라와 지역의 정보 보안실 및 법무 부문과 연계해, 정보관리 체제의 강화와 종업원에 대한 정기적인 교육·계발 활동을 진행해 나갈 것입니다. 그리고 만일, 정보 보안에 관련된 문제가 발생했을 경우에는, 관련 법 규제에 따라 적시에 적절하게 정보를 공개함과 동시에, 관련부서가 연계해 재발 방지를 위한 대책을 신속하게 실행할 것입니다.

외부 평가

세계의 대표적인 ESG 투자 지표인 Dow Jones Sustainability Index(이하 DJSI라 함)의 아시아 태평양 지역 지수인 DJSI Asia Pacific에 2년 연속으로 선정되었습니다.



지속가능경영 커뮤니케이션

FR은 다양한 이해관계자와의 소통을 촉진하기 위해, 본 지속가능경영 보고서와 더불어, 웹 사이트, 소책자 '옷의 힘', '매장 리플렛·포스터, SNS 등을 통해, 다양한 종류의 정보 공개를 적극적으로 진행하고 있습니다.



웹 사이트 <http://www.fastretailing.com/eng/sustainability/>(영문)

패스트 리테일링(FR)은 글로벌로 사업을 전개하는 어패럴 기업입니다. 일본 유니클로 사업, 해외 유니클로 사업, 글로벌 브랜드 사업의 3개 세그먼트로 구성됩니다. 특히 해외 유니클로 사업은, 우리의 성장 엔진입니다. 2001년에 영국 런던에 첫 해외 유니클로 점포가 오픈한 이래, 2017년 8월 현재, 해외 유니클로는 1,089개 점포까지 확대되어, 유니클로 사업 전체에 차지하는 매출 구성비는 약 38%까지 성장했습니다.

회사 개요

상호	주식회사 패스트 리테일링
설립	1963년 5월 1일
본사 소재지	우편번호 754-0894 아마구치 현 아마구치시 사야마 717번지 1
롯데기 본부 소재지	우편번호 107-6231 도쿄 도 미나토구 아카사카 9-7-1 미드타운 타워
아리아케 본부 소재지	우편번호 135-0063 도쿄 도 고토구 아리아케 1-6-7-6F UNIQLO CITY TOKYO
자본금	102억 7,395만 엔
사업 내용	주식 또는 지분 소유에 의한 그룹 전체 사업활동의 지배·관리 등

(연도)	2015	2016	2017
연결 매출액(억 엔)	16,817	17,864	18,619
연결 영업이익(억 엔)	1,644	1,272	1,764
연결 종업원 수(명) (사원, 준사원, 계약사원, 아르바이트 등록 사원 수 합계)	99,500	100,130	114,830

(연도)	2015	2016	2017
점포 수(점)			
일본 유니클로 사업	841	837	831
해외 유니클로 사업	798	958	1,089
글로벌 브랜드 사업	1,339	1,365	1,374
합계	2,978	3,160	3,294

면책사항
본 리포트에는 주식회사 패스트 리테일링과 그 그룹 회사의 과거 및 현재 사실뿐 아니라, 발행 시점의 계획과 재검토, 경영방침 및 경영전략을 바탕으로 한 장래 예측이 포함되어 있습니다. 이 장래 예측은 기술한 시점의 입수 가능 정보에 근거한 가정 내지는 판단으로, 제조건의 변화에 따라 장래의 사업 활동 결과와 현상이 달라질 수 있습니다.

사업 내용

일본 유니클로 사업

일본 전국에 831개 점포를 전개, 매출액 8,107억 엔이 넘는 일본 최대의 어패럴 소매 비즈니스입니다.
 •매출액: 8,107억 엔 •영업이익: 959억 엔
 www.uniqlo.com

해외 유니클로 사업

유니클로 점포를 한국, 중국, 홍콩, 대만, 싱가포르, 말레이시아, 타이, 필리핀, 인도네시아, 오스트레일리아, 캐나다, 영국, 프랑스, 독일, 벨기에, 스페인, 러시아에서 전개하고 있습니다.
 •매출액: 7,081억 엔 •영업이익: 731억 엔
 www.uniqlo.com

글로벌 브랜드 사업

'패션을 더욱 자유롭게' 라는 브랜드 콘셉트로 탄생한 GU 사업, 컨템포러리 패션을 제안하는 Theory 사업, 프랑스에서 탄생한 여성복 브랜드 고프와 데 고프도니에(Comptoir des Cotonniers) 사업, 라제리 브랜드인 프린세스 탐탐 사업, 그리고 로스앤젤레스에서 탄생한, 프리미엄 데님이 인기인 J Brand가 있습니다.
 •매출액: 3,401억 엔 •영업이익: 140억 엔



