

Fast Retailing Sustainability Report 2022

AN AGE OF OPPORTUNITY

不懈合作, 创造未来

专题对话

山中伸弥

医学者、京都大学iPS细胞研究所所长、
公益财团法人京都大学iPS细胞研究财团理事长

柳井 正

迅销有限公司
董事长、总裁兼CEO



改变服装

改变常识

改变世界

- 03 FAST RETAILING WAY (迅销集团企业理念)
- 04 可持续发展声明
- 05 序言
- 06 [专题对话] 不懈合作，创造未来
- 14 LifeWear 服适人生 打造服装新型产业
- 16 持续发挥LifeWear的作用
- 18 社会的稳定是一切的出发点
- 20 与社会、大众一起抗击新冠疫情
- 22 与所有人的日常生活相伴的服装
- 24 与全世界难民同行的10年
- 26 构筑一个使任何人都能各施所长的工作环境
- 30 人与科技及其未来
- 32 新时代向当今世界传递的信息
- 34 在世界各地推行社会贡献
- 36 正确的经营
- 38 公司信息简介

迅销集团的使命
迅销集团致力于——
提供真正优质的服装，创造前所未有崭新价值的服装，让世界上所有的人能够
享受身着称心得体、优质服装的喜悦、幸福和满足。
通过开展独特的企业活动，为丰富人们的生活做出贡献，实现企业与社会和谐
发展。



顺序改为： 以服装的力量 化为 可持续发展 动能

我们始终相信,能够通过生产和销售优质的服装,让世界朝更好的方向发展。优质服装的定义是简约风格、卓越品质、历久弥新,让每个人尽情活出精彩生活、拥有服适人生。优质的服装基于与自然和谐共生的理念,在制造过程中,使用革新性技术,避免对地球造成多余的负荷。优质的服装是由来自不同背景、充满干劲的员工在确保健康、安全并严格遵守相关法规以保障人权的环境里,生产制作,最终送至顾客手中。因此,我们将携手志同道合的顾客及利益相关者共同开展活动,实现与地区社会共同成长与繁荣。我们郑重承诺:制定全新标准,以持续不断的努力奋勇向前,通过服装的力量让世界朝更好的方向发展,为社会的持续发展贡献力量。

六个重点领域

作为经营战略的一环,迅销集团在可持续发展活动中明确列出了六个重点领域,针对各个领域提出承诺与目标,并为实现这些承诺与目标而开展着相应的活动。

- 通过商品及销售创造崭新的价值
- 尊重并遵守相关法规以确保供应链中各环节的人权
- 保护环境
- 与地区社会共同发展
- 员工的幸福
- 正确的经营

序言

迅销集团在世界范围内运营着八个品牌。我们的使命是,把能为人们生活增添精彩的服装,送到世界各地的消费者手中。过去约20年,我们不懈地致力于可持续发展活动,让世界朝更好的方向发展。

受疫情影响,至今世界仍面临着许多不确定性。但危机常伴随着机遇,因此,我们需要利用这次机会,以跨越国界和领域的“创造力”来开创未来。作为传播载体之一,《2022可持续发展报告》将阐述迅销集团可持续发展至今的相关实践以及未来的行动方针。



AN AGE OF OPPORTUNITY

Shinya Yamanaka
Tadashi Yanai

山中伸弥

医学者、京都大学iPS细胞研究所所长、
公益财团法人京都大学iPS细胞研究财团理事长

柳井正

迅销有限公司
董事长、总裁兼CEO

个人与民间的创造力将打造 新一代的未来

疫情之下，科学界发生了什么样的变化？获得过诺贝尔生理学及医学奖的研究者山中伸弥教授，在京都大学与加利福尼亚州的格拉德斯通研究所分别设立了研究基地，并一直来往于两地之间。即使在新冠疫情发生后，往返多受限制，但他始终密切关注着科学前沿所发生的事以及未来可能会发生的事，持续不断地进行着独创性的研究。

下述为山中伸弥教授与迅销集团董事长、总裁兼CEO柳井正之间的对话摘要内容。这些谈话共历时两个小时，分别进行于山中伸弥教授返回日本后的隔离期间，以及之后在东京的面对面会谈。



扫码阅读更多内容



疫情蔓延所带来的启示

柳井 自新冠疫情爆发以来，作为科学家，您一直在积极地传播疫情相关信息。

山中 谢谢。我在研究iPS细胞的同时，脑海一直萦绕着一个问题，即科学能为社会做出什么样的贡献。新冠疫情给全世界带来如此大的影响，不仅我个人，几乎所有的科学家都始料未及。面对这样的局势，作为科学家，我不断反思。自此，我认为自己需要跨越自身的专业领域，持续不断地向大众传播相关信息。

柳井 对于企业来说，信息传播也是至关重要。由于新冠疫情爆发，国界封闭，家庭及个人陷入孤立，一切仿佛被按下了停止按钮。一旦行动受到限制，人就会思考必须做什么以及如何传播信息。我深深地感受到，在这个全球化、世界相连的时代，一旦全球之间的连接断裂，后果不堪设想。总而言之，全球疫情引发了两种危机。

山中 即使国境的封锁，有效地控制了疫情，但社会的运行以及经济活动却无法维系，难以实现两者的平衡。

柳井 除了科学家以外，政治家与经济学家也难以预测疫情之下的未来。我认为，在紧急状态下，重要的不是只是封锁，还必须开拓思维寻求打开局面的方法。要集全球的卓越智慧，并将其成果在世界范围内普遍传播。否则，就如同失去了血液供养的细胞一样，生命将无法继续前行。

山中 这次科学界之间的互动十分活跃。原本科学界追求突破的驱动力在于彼此激烈的竞争，但这次在一开始，许多人就认识到与其竞争，更应该



本篇对话分两次进行，第一次是2021年10月12日通过网络连线进行，第二次是10月19日在迅销集团位于东京的有明总部进行。



采取全球协作。新冠疫情下，不仅是病毒研究人员，许多跨专业的学者纷纷各施所长，对疫情作出贡献。这一点在美国尤为明显，让我再次感受到它为何成为全球研究创新的引领者。不过，我也看到了美国的两个极端情况——在将研究成果与现实结合方面，美国站在了前沿。同时，美国又面临着新冠感染人数与死亡人数为世界最多这一严峻的现实。

柳井 回日本需要进行医学隔离，使得跨国商旅异常辛苦，而山中先生还是频繁地往返日本和美国。

山中 频繁往返于日美两国，是因为我的研究基地分处京都与旧金山两个地方。之所以我能忍受这个过程，是因为我对我的研究课题充满了热情和干劲。因为有些工作无法通过网络或远程操作精准地传达。

柳井 您是否也觉得，就在全世界连接分隔断裂时，才了解到这些无法通过互联网实现的事情，正是人们不可或缺的东西？正因为如此，我们应该密切关注疫情发展情况，尽可能合理机动地调整检查及隔离等机制，否则，这些透过直接交流所产生的活力恐将不断消失。

山中 我感觉2020年是在没有任何防护措施下上场与新冠病毒对抗。不过，现在情况已有不同。渐渐地，佩戴口罩等个人防护措施形成了习惯，并有疫苗这一铠甲保护，即使万一被感染，也有较好的治疗方法。但是，也许还会出现感染力更强的变异病毒。因此不论疫情扩大的浪潮是否退去，做好周密的应对准备，这才是最重要的。

柳井 我认为，当社会及经济开始重新运转的时候，我们更应该认真关注整个世界的状况，而不是只为自己国家的复苏感到高兴。要考虑为仍处于严峻状况中的国家与地区提供支援，不这样的话，整个世界将难以实现共

存共荣。我更认为，以为一个国家或地区能独自复苏的想法，不过是幻想而已。正如这次新冠疫情所证实，整个世界的任何角落都是相连的，这已是很明显的事实。

个人以及民间的力量推动国家的行动

柳井 还想强调一点的是，个人以及民间的力量。他们在抗疫过程中扮演着重要的角色。日本的疫苗接种之所以能够加速，很大程度上是由于民营企业接手承担进行接种手续所致。

山中 是啊。这一加速甚至使疫苗出现供不应求的情况。要在疫情容易恶化的秋冬到来之前普及疫苗的接种，必须一天完成100万人次的接种，否则是来不及的，这个数字任何人都能计算出来。我提出了这一数字作为努力的目标。政府也提出了一天100万人次接种的目标，为此设置了大规模的接种场地，并允许在企业内接种疫苗。疫苗由国家提供，接种工作和物流则委托由地方政府和民间机构进行。同时，在实施的过程中对接种流程进行改进，双方的共同努力结出了硕果。如果由国家决定一切，毫无执行弹性的话，那么，无论如何都不可能完成一天100万人次接种的目标的。

柳井 当我们必须短时间之内取得成果时，如果以“一致性”或“有无先例”进行判断的话，原本能做成的事也会做不成了。对个人的想法或建议加以制止，集团或社会也许会犯较少的错误，但也难有新的成果，意味着他们没有未来。是否有能让个人及民间机构自由发挥想法的环境，关系到国家的未来。

山中 我认为科学也呈现出史无前例的发展。过去，在一年内完成疫苗的研发、生产并开始接种等是不可能的。能在短时间完成这一切，其背后有着欧美的初创公司的持续努力。过去十年他们不断对mRNA技术进行临床实验，因此他们已经掌握了娴熟的mRNA技术，纵使实验不断遇挫，但他们永不言弃。我觉得，反观在日本，如果初创企业反复失败，几乎没有投资者会继续投资了。

柳井 投资者必须看清初创企业是纯粹为了赚钱，还是有志于从长远的角度为世界作出贡献，如救治疾病、研发减少碳排放的技术等。而从企业角度来看，明确自己的目的与计划，并能将其蓝图、愿景清晰地传达给投资者，这是很重要的。

山中 您所说很对。当然，投资原本的目的就是期待盈利，但近年来，人们对投资的态度正在发生变化。越来越多的投资者并不追求短期成果，而是希望将来能为社会带来巨大的回报，造福包括其子孙在内的未来世代。

柳井 这也取决于是否对地球环境抱有危机感。如今，日本仍存在“大的责任应该由国家来承担”的刻板思维。个人及民间机构在面临这种危机感时如果不思考自己所能做的事，那就什么也改变不了。同时，政府太过于要求对研究或学术要短期见成果。即使研究五年十年，基础科学研究也不一定会有成果。一个科学界的重大发现，往往需要经年累月反复的试验或失败。因此，单年度结算或预算至上的政策也可能引发问题。

山中 研究经费的周期一般从一年到五年不等。若担任相关教职也有任期制，大多年轻的科研教职人员只获得五年任期。短任期使得科学研究变得困难，因为往往需要持续研究、盯着显微镜观察个10年以上，才能发现其他科研人员没有注意到的方面。例如大隅良典教授(以对细胞自噬机制的研究而获得诺贝尔生理学或医学奖)所从事的研究正是如此。25年前的高校教师的工资虽然不高，但也够维持生计，所以他们不需担心温饱问题而专心研究。25年前日本的大学基础研究曾在全世界排名第三或第四位，然而现在不断下降。教育，在日本被称为“国家百年大计”。我们需从现在开始，思考教育的本质。

柳井 在美国的大学里，教职员如果获得终身任职职位，就没有明确的退休年龄。诺贝尔物理学奖得主真锅淑郎教授已经90岁，但仍然是在职的普林斯顿大学首席研究员。这与其说是其得到终身任职制度的保护，倒不如说是因为其研究的内容与成就获得的评价。

山中 在美国，终身聘用的决定，是不问科研人员年龄的，甚至是不能问的。不过，获得终身聘用后，即使是过去曾获得过诺贝尔奖的科研人员，如果长期不能取得显著的成果，薪金也会下降，研究室也会越来越小。我开展研究的格拉德斯通研究所,是以房地产大亨格拉德斯通的遗产为基础运营的。研究所透过投资来管理及提高遗产价值，同时，也接收国家划拨的研究经费和募集捐赠，因此拥有多重资金来源。日本国立大学最大的经济资助是



国家提供的运营经费。福泽谕吉(日本近代著名思想家、教育家)在明治维新后不久说过一段话,主要意思是“离开经济独立,谈何学术独立”。而今,要使研究能持续发展,科研人员自身必须努力去寻找资金支持。

研究的未来和下一代的未来

柳井 真锅教授是因地球物理学和气象学的研究而于1950年代移居美国的吧。在那里,他开始能够使用最新的IBM计算机开展研究。听说当时计算机的能力以及科研人员的薪金都是日本的20倍以上。气象,是由多种复杂的要素与条件相互影响而产生的,因此,仅凭人的头脑是远远无法追随其轨迹的。即便构想是出自真锅教授,但是在半个多世纪之前就已经开始使用计算机持续进行研究,这应该就是他成功的一个很大因素。

山中 是这样的。仅在生物学的领域,就有越来越多方面涉及到如何对大数据进行及时分析与应用的问题。以往的生物学研究者也有从中途开始使用计算机进行研究的,但结果总是不太顺利。但反之具有计算机使用能力的人开始研究生物学,并通过计算机解析而获得成果的事例却越来越多。

柳井 生物科技也不可缺少计算机。为了使用大数据,研究者们更需要与跨国研究机构合作,而非单打独斗。

山中 人类基因的解读当然也不能没有计算机。例如要想通过基因的解析



山中伸弥

成功地从皮肤细胞中诱导出iPS细胞,并因此而获得2012年的诺贝尔生理学及医学奖。作为新研究领域的开拓者,获得过日本国内外的多项科学奖。在致力于iPS细胞的医疗应用的同时,潜心基础研究。现任京都大学iPS细胞研究所所长、京都大学iPS细胞研究基金会理事长,并就职于美国的格拉德斯通研究所。时常来往日美两地开展研究活动。自2020年3月15日起开始发布新型冠状病毒相关的信息。(履历信息截至2022年1月)

来阐释为何人的身高会有不同,仅查验1000个人的基因是看不到结果的,有时须收集10万人或100万人的样本进行研究,才能找到决定身高的基因。仅靠在日本国内是无法达到这个样品量级的。我所在领域医学及生物学也须与数学、物理及计算机的研究者们一起开展研究。

柳井 正因为如此,我们必须思考一下人有什么能力是不会输给计算机的。我认为文科、人文科学将会变得重要。真善美以及作为人的基本能力的良知、爱等,最终将如何与科学相结合呢?如果不能相互结合,想来计算机就很有可能会控制人类世界。在可持续发展方面,我认为,人普遍具有的良知将会成为原动力。我们在为东京2020奥运会与残奥会的瑞典代表团提供运动员制服时,瑞典奥委

会对提供制服的企业有三个要求,那就是“质量”、“创新性”及“可持续性”。

原料与技术是显而易见的,至于“可持续性”,我感到他们关注的是企业的态度。我们一直为顾客提供基本款设计服饰,人们穿了一季后,明年或后年还能继续穿用。他们似乎因此对我们的企业态度给予了好评。我们不想生产会被轻易抛弃的产品,我认为这是一个不用计算机也能明白的真理。

山中 治疗药物也以质量为首要条件,同时必须是跨时代的创新产品,第三是要“负担得起”。也就是说,如果不是任何人都能用得起的价格,就不能说是成功。找到治疗方法及药物的问世,并不是终点。如您所说,探索医药科学时须时刻铭记初衷良知。

柳井 “负担得起”是我们的原则。“MADE FOR ALL”,为所有人制作的服装——就要是人们负担得起的,而且可以持续穿着的。对于我们来说,所谓的可持续,就是不会增加对自然环境、社会以及劳动者的负担,并能长久穿着的服装。“MADE FOR ALL”中的“ALL”,当然包括着可持续性。我认为只有这才是我们的未来,前方任重道远。

山中 对于现在的年轻人或头脑灵活的人来说,没有比这个时代更充满机会的了。毫无疑问,未来尚不明朗,且今后会不断发生变化。但如果一直安于现状,不做出生变革,机会永远不会降临。

柳井 一直沿用固定的思维是不行的。自己的未来只能自己创造。光是等待,则无法开拓光明的未来。我们将全力以赴,直到顾客能实际感受到“LifeWear服适人生”即代表着“可持续”。我相信,这就是我们的未来。





LifeWear: A New Industry

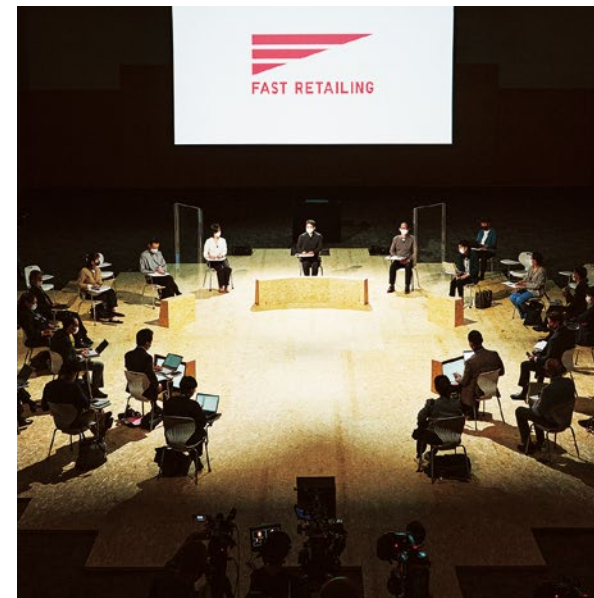
LifeWear 服适人生 打造服装新型产业

2021年12月，迅销集团(FR)通过对「LifeWear服适人生」理念的重
新构想，提出了未来蓝图，并确定出实施计划，将推动LifeWear成
为一个服装新型产业。

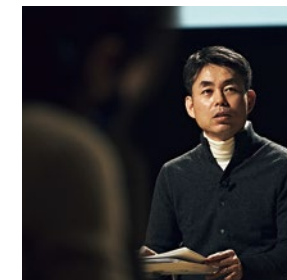


构筑兼顾“可持续发展”与“事业成长”的商业模式

上图是迅销集团所致力于实现的新型产业模式。左侧的圆环显示出我们在生产、运输及销售的过程中，重视关注保护环境与工作人员，以建立一个能使消费者放心购物的供应链。而右侧的圆环所描绘的是我们如何对售后服装秉持负责态度，使消费者能长期并安心地持续穿着LifeWear服装。迅销集团的事业发展归功于一个稳定的社会。正因为如此，迅销集团致力于提供LifeWear优质的服装，让世界变得更加美好。



发布会的理念是邀请与会者“以同样的观点共同进行思考”。迅销集团董事兼资深执行董事——柳井康治就作为维持人类生活基本需求“食衣住行”之一的“衣”，LifeWear如何开创一个为可持续发展社会做出贡献的新型产业这一愿景发表了讲话。



实现蓝图的路径

为降低环境负荷，迅销集团制定了截至2030年的温室气体减排目标。该目标基于《巴黎协定》目标标准，以科学依据为基础，并获得了科学碳目标倡议组织SBTi的Science-Based Targets（科学碳目标）”的认定。同时，为确实在遵守相关法规下保障人权，迅销集团除了公司本身之外同时扩及整个供应链，实施“人权尽职调查”。在社会贡献活动方面，依据国际基准“B4 SI（Business for Societal Impact）”的框架，致力于测定和披露迅销的社区投资对社会产生的影响。

LifeWear的过去、现在、未来

所谓LifeWear，就是能让所有的人生活更加丰富多彩的服装。它具有美学的合理性，简单、高品质且追求细节的完美，是基于生活需求而设计、并不断发展不断进化的日常休闲服装。“MADE FOR ALL”是我们对所有顾客的承诺，也就是LifeWear是为了所有的人而存在的。它是从顾客的角度出发，经过深思熟虑而孕育出的理念，同时向顾客传递了迅销集团为人们所提供的服装背后的思考。从2017年起，集团开始实施“有明计划”改革项目，在此过程中获得了对新型事业模式的启示。以顾客的需求为起点进行商品开发，追求仅在必要的时机以必要的数量进行生产、运输及销售，这是我们的目标。在接下来的内容中，将介绍为实现这一未来目标而实施的具体举措。

The Positive Power of LifeWear

创造 LifeWear 及持续发挥其价值

迅销集团不懈探索方式以达到“不生产、不运送、不销售毋需之物”的目标，为可持续发展的社会做贡献的同时，努力追求企业自身的发展。这里将介绍供应链的改革以及有关售后责任的新措施。

使供应链更具可持续性

90%↓ 20%↓



截至 2030 年实现温室气体减排，截至 2050 年实现碳中和

迅销集团温室气体减排的目标是，截至2030年度，集团自营业务包括全球店铺及办公室使用能源所产生的温室气体（GHG）较2019年度减少90 %。在供应链方面，针对优衣库（UNIQLO）及极优（GU）商品的原材料、面料生产以及缝制环节温室气体减排20 %。同时，集团店铺及办公室100%使用可再生能源，并与合作工厂共同制定削减计划。此外，计划将全服装面料的约50%替换为环保再生面料。

尊重并遵守相关法规以确保生产过程各环节的人权

迅销集团将持续强化原材料的透明性与溯源性，直至最上游。同时，2022年3月底前将公开持续往来合作的所有制衣工厂名单，并计划今后针对上游纱线工厂也实施“劳动环境审核”，由第三方机构进行。此外，迅销集团将确保各环节合法人权作为最重要的课题之一，继续强化相关措施。其中包括在FLA（公平劳工协会）的支持下，努力达到工厂员工及其家属生活安稳水准的“生活工资”等。



从塑料瓶碎片到再生的纱线



部分面料使用再生聚酯原料

扫码阅读更多内容



全球层面的资源循环价值



回收衣物的“RE.UNIQLO回收箱”



开展衣物修补的“Second Life Studio”（德国）

实现一个无废弃衣物的社会

迅销深信，不仅要毫无浪费地生产并销售人们所需要的服装，还应该对交到顾客手上后的服装负责。LifeWear的“使所有人的生活更加美好”这一理念，也是使消费者能长久并放心地持续穿着以实现循环型社会的基础。为让使用过的所有商品能再获新生，优衣库从2020年推出“RE.UNIQLO”项目活动，这是在2006年起实施的“全商品回收再利用”活动的基础上扩大提升而成，不仅倡导衣物的再使用，同时致力于“从衣物到衣物”的循环再利用。

RE.UNIQLO的第一阶段成果是“再生羽绒服”，通过在部分地区市场回收优衣库羽绒商品，重新生产制造为全新款商品*。同时，闲置衣物也能转而再使用于固态燃料（RPF：Refuse Paper and Plastic Fuel）以及汽车的隔音材料等衣物以外物品。此外，迅销集团从2006年起开展衣物捐赠活动，让人们闲置衣物获得重复使用，今后将根据不同地区需求进一步强化这一活动。目前主要是由店铺进行衣物回收，同时，我们也在摸索更多的回收方法，例如未来或许在配送网购商品时，回收顾客的闲置的衣物。

*该商品在中国大陆市场未销售

跨界合作创新延长衣物生命周期

为了给消费者提供可长久舒适穿着的衣物，首先必须提供优质耐用的衣物，另外可能也需要考虑提供修补服务，或是建立一个简易捐赠的体制。因此，和外部合作伙伴的紧密协作不可或缺。在回收再利用和新面料开发方面，迅销计划携手共同研发创新并开发出HEATTECH等创新商品的合作伙伴——日本东丽公司，共同建立研究开发机构。另外，2021年8月，优衣库位于德国的一家店铺与非政府组织机构（NGO）合作，试验性地开始了“Second Life Studio”的衣物修补服务运营。今后，迅销还将不断寻找外部伙伴，致力于共同开创关于服装服务与技术跨界合作。

Sustainability Starts with Society

社会的稳定是一切出发点

迅销集团的事业是建立在稳定和健康的社会基础上。因此，我们相信对社会做出有意义的贡献、尊重多样性，以及与包括顾客在内的广大利益相关者的合作，都是达到LifeWear服适人生目标不可或缺的努力方向。迅销今后将持续致力于社会稳定及发展。

支持社区、贡献社会

100 亿日元
(约合5.45亿元人民币)



以服装的力量 让世界充满欢笑

迅销集团努力开展社会捐赠暨支援活动，根据需求，通过商品、员工及店铺为社会弱势群体提供援助。2021年度，迅销集团投入了约32亿日元（约合1.74亿元人民币）用于社会贡献活动，年度受益人数高达约750万人。

过去十年来，在日本通过开展“传递服装的力量”项目，与各个小学、中学、高中学生一起思考难民等社会问题，并深入全国各地学校，不断扩大衣物捐赠活动范围。

为孟加拉国提供就业支持的社会企业项目——“格莱珉优衣库”事业，截至2021年8月底，已开设了16家店铺。从商品的企划到生产、销售均在当地进行，全部盈利再度投入其中，以形成新的良性循环。同时，努力解决各种社会问题，例如为难以经济自立的女性员工提供职业帮助，为合作工厂的员工提供接受基础教育的机会等。

2025年度，迅销集团、迅销基金会、柳井正基金会以及柳井正个人将共同合作，于单一年度之内进行100亿日元（约合5.45亿元人民币）规模的社会贡献活动。以捐送1000万件衣物以及为1000万人提供支援等为目标，努力扩大援助活动。



“传递服装的力量”项目在日本获得2021年度优秀设计奖，并获得职业教育大奖奖项的经济产业大臣奖。



社会企业项目——“格莱珉优衣库”事业项目（孟加拉国）

扫码阅读更多内容



尊重所有人的多样性



多元化价值观成就“造服于人”

只有尊重多元化价值观，才能生产适合所有人的服装。迅销在全球范围倡导多样性与包容性，将“性别平等”、“赋能职场女性”、“全球一体团队（Global One Team）”、“对残障者的社会性包容”等作为重点领域。为构筑一个尊重与理解不同文化及价值观的职场环境，迅销还举办由执行董事与多元背景的员工对话的交流会等。并且，迅销于2021年加入了促进残障人士融入社会的全球倡议“The Valuable 500”。迅销集团在全球范围雇佣了约1500名残障人士，其中在日本的残障人士雇佣率高达4.6%。



集团旗下各品牌于全球开展尊重多样性举措

通过传播信息 带动大众



与可持续发展大使共同开启可持续发展模式

我们希望通过信息的积极传播，提升大众对可持续发展的认知，不仅为我们自己，也为所有的人创造为可持续发展贡献的机会。通过企业信息的披露来确保透明性，从而打造一个能使消费者更加放心购买的品牌。

作为这些活动的一环，2021年3月，优衣库全球可持续发展大使“哆啦A梦可持续发展模式”换上绿色新装，象征守护地球绿色未来。我们将与“哆啦A梦可持续发展模式”一起，以通俗易懂的方式向世界传达和传播“以服装的力量创造绿色生机未来”这一诺言。



就任仪式上的“哆啦A梦可持续发展模式”与演员绫濑遥女士 Fujiko-Pro

Overcoming COVID-19 Together

与社会、大众一起抗击新冠疫情

面对新冠疫情蔓延这一前所未有的危机，迅销集团身处于新冠疫情洪流之中，在为集团上下采取相应措施的同时，也为陷入困境的人们提供了援助。在与病毒共存的新常态下，迅销将持续不断地开展援助活动。

扫码阅读更多内容



Chile
智利

对暂未开设迅销集团品牌事业的地区，如智利、阿根廷、埃及等国家及地区同样提供援助。



India
印度

2021年5月，印度疫情加剧，迅销通过非营利团体 GiveIndia 紧急提供了制氧机。



Italy
意大利

根据各地区实际的需求提供相应的支持，如向欧洲地区志愿者团体及流浪者捐赠 HEATTECH 等高性能御寒衣物。



Japan
日本

2021年4月，新年伊始，迅销集团向全日本的小学新生捐赠约160万只“Airism口罩”。

以服装的力量 贡献社会

迅销与联合国难民署 (UNHCR) 合作，向南美洲及中东五个国家的难民及流离失所者捐赠了约100万只“Airism口罩”。不止于着眼运营集团事业的地区，迅销集团怀揣着为全世界范围内有需要的人提供援助的宏大愿景。作为在全球范围内开展事业的企业，迅销希望“以服装的力量”贡献社会美好发展。2001年，作为集团首次社会援助活动，给印度西部大地震的灾民捐赠了一件件摇粒绒衣物，自那以来，迅销集团持续活跃在贡献全球社会的舞台上。

根据需要的形式，提供需要的物品

迅销集团通过两个非营利团体，向疫情加剧的印度提供了相当于3亿3000万日元（约合163万人民币）的紧急援助。按照援助对象不同的需求，提供相应的援助——向医院捐赠制氧机，为低收入者提供餐食等，努力确保把需要的物品送到需要的人的手中。在印度尼西亚与越南，开展了以推进疫苗接种为目的的捐赠活动。在日本，迅销集团向全国的小学新生捐赠了“Airism口罩”，以帮助刚刚开始校园生活的孩子们养成防疫习惯。掌握当地实际需求并迅速提供援助，这与迅销“倾听顾客心声与

需求，生产能使所有人生活更加美好的服装”的商品研发理念不谋而合。

树立共同防控疫情的意识

服装，是不可或缺的生活必需品。尽管处于疫情防控的紧张形势之下，但为尽可能地满足消费者的需求，迅销仍尽力维持着实体店销售及线上购物的运营及服务。并且还还对承担商品生产的合作工厂的员工提供停工补助等措施，让工人们感到安心并得到安全保障。迅销自身也受到新冠疫情的影响，因而将与世界各地的人们一起，以共同防控疫情的意识持续开展援助活动。

持续援助使世界共通互融

在新冠疫情蔓延中，我们持续进行医疗物资及必备基础衣物捐赠等援助活动，遍及35个国家与地区。截至2021年8月底的统计，捐赠的普通口罩与Airism口罩约达2230万只。目前虽然有些国家疫苗接种进展较快，但世界上还有非常多的人仍面临困境。我们相信，持续不断地开展援助将使得世界共通互融。

新冠疫情相关的援助活动
(35个国家与地区，数据统计截至2021年8月31日)

普通口罩	17,743,800只
AIRISM 口罩	4,569,464只
隔离服	1,435,000件
必备基础衣物	1,340,027件
AIRISM 功能性内衣	508,166件
经济援助	3,151,578 美元

LifeWear Is for Everybody

与所有人的日常生活相伴的服装

“LifeWear 服适人生”，旨在为所有的人设计，提供能以自己的风格舒适穿着的日常服装。迅销集团将这一商品的研发理念称为“MADE FOR ALL”，并期许以尊重多元化的思维来实现目标。

倾听顾客需求是商品研发之根基

为开发让生活更加丰富多彩的服装，我们高度重视顾客的心声。例如，在新冠疫情突然爆发的2020年迅销聆听众多消费者的需求，及时开发出了便于呼吸，佩戴舒适，设计精良并且可洗涤的高性能“AIRism口罩”。上市后，持续基于顾客的反馈又进行了多次改良。另外，有位行动不便的顾客给优衣库来信，表示自己穿脱衣物有困难。当时，优衣库的工作人员走访了医疗及护理机构，倾听当事人及护理人员的描述后研发了全新的前开襟内衣，在商品打样完成后，又听取了他们的意见并反复改良。之后，迅销陆续推出了前开襟的T恤、女士内衣，以及160尺码儿童紧身内衣等九款商品。这些革新商品不仅满足了住院的病人或残障人士顾客的需求，还满足了肩周炎患者、乳腺癌术后病人等各种人群对于便利穿脱衣物的需求。

秉持MADE FOR ALL的理念，尊重多样性，迅销集团倾听人们反馈不懈地为给顾客人生各阶段提供所需各类服装而努力，因此也应女性生理健康需求研发新商品。例如，2021年3月成立了GU BODY LAB，并研发了极优（GU）首款“三层防护生理裤”。同年9月，优衣库亦推出了新生代AIRism吸水生理短裤，让女性生理期有更多安心新选择。

打造能让所有人享受购物乐趣的店铺

为了打造能让所有人享受购物乐趣的店铺，并向其传递LifeWear服适人生的理念，迅销集团也将消费者心声融入到店铺设计及顾客接待上。莫斯科的一家

优衣库店铺，在开业前邀请身坐轮椅的残障人士到店进行购物体验，让他们在开店前享受购物乐趣。极优（GU）还为使用轮椅及假肢的残障人士模特选秀提供赞助。参与活动的模特在店铺挑选参加最终选拔所穿的服装，在此过程中，店员也了解到了残障人士购物时遇到的困难，例如“坐在轮椅上不容易拿到在膝盖以下位置的商品”、“试衣室里需要椅子”等。

迅销充分理解顾客的各种购物需求，并努力打造能让所有人都乐享购物的店铺。



与非政府组织“Perspektiva”共同举办购物活动（俄罗斯）

扫码阅读更多内容



优衣库

AIRism
吸水生理短裤

具有吸水功能的生理短裤。可搭配卫生巾使用。该产品同时推出青少年款。



优衣库

前开襟
U字领棉T恤（8分袖）

前开襟部分使用粘搭扣方式，便于穿脱，合适的长度使弯身时也不会露出后背，设计细节可见一斑。使用高性能面料AIRism打造，即使出汗也不失穿着舒适感。



优衣库

网纹弹力短袜

这是根据因病而容易脚肿以及从事看护工作的人群的需求而开发的。它能减轻脚踝周围的束缚感，穿着轻松舒适。



优衣库

AIRism
3D口罩

由设计师吉冈德仁设计的这款口罩，采用了无缝、立体设计，便于呼吸。无纺布滤片洗涤20次以后也能保持一定的效果。

Ten Years with Refugees

与全世界难民同行的10年

迅销集团通过与联合国难民署（UNHCR）的全球性合作伙伴关系，从2011年开始持续为全球难民及本国流离失所者提供援助。2021年7月，UNHCR联合国难民署高级专员菲利普·格兰迪先生就世界的难民状况以及迅销集团的援助等话题接受了采访。



FAST RETAILING

很多由于遭遇冲突或迫害而背井离乡的难民及本国流离失所者，不仅需要衣物等物资的援助，同时需要在避难地能有自力更生的生活基础。迅销集团除了向难民营提供衣物援助（左上照片/2018年在哥伦比亚）之外，优衣库店铺还携手联合国难民署，为难民提供就业机会，职业技能教育等，帮助难民自立。从2020年起，迅销为由联合国难民署发起的手工艺全球品牌——“MADE 51”活动提供支持，通过难民使用故乡的传统技艺制作手工艺品，助力难民自力更生（右下照片/2020年在埃及）

扫码阅读更多内容



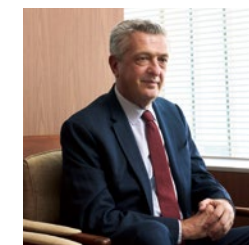
新冠疫情下难民问题所带来的启示

令人遗憾的是，有关难民的问题正在恶化。截至2020年底，约有8240万人为躲避战乱、冲突、暴力、歧视等而被迫背井离乡。旧的纷争没有解决，新的纷争与危机又在增加，导致这一数字在近九年来仍然持续上升。近年来，埃塞俄比亚出现了难民危机，而叙利亚从10年前就开始冲突不断，阿富汗更是经历了持续了40年以上的纷争。从地缘政治角度来看情况不容乐观，从现实层面来看，至少在今后数年间，难民的数量或将持续增加。

我们认为现今世界要实现并维持和平还是较困难的。新冠疫情给了世界一个重大的警示。无论是气候变化以及疫情爆发都是全球性问题，世界上任何人，上自国家元首下至普通百姓，都难免受到影响。单纯把自己国家封锁起来，无法解决全人类面临的共同问题。同理，在面对难民问题时，我们需要全人类团结一致，共同克服困境，使难民有家可归或择地重新开启新生活。如果各个国家或地区自行应对自身问题的话，我们就会在争取和平、正义、自由的斗争中败下阵来。希望新冠疫情带来的警示能推进解决今后的难民问题。

对流离失所者的持续援助

“迅销集团于2011年成为亚洲首个与联合国难民署建立全球合作伙伴关系的企业。这是一种超越单纯的捐赠或资金援助的合作关系，在援助的多样化与合作的广度及深度方面，迅销集团的实践已然成为私营企业中开展难民援助的一个出色典范。我曾亲眼见证难民收到迅销集团提供的衣物并感受到温暖与尊严的场景。除了提供衣物、食物、医疗用品、帐篷等紧急物资以外，思考如何帮助难民和流离失所的人们，在避难地自力更生重建新生活更是重要。特别是当面临着像阿富汗那样持续了长达40多年的战乱状况，我们和迅销集团会更加积极探寻更多的援助思路。难民及本国流离失所者，与我们一样，都是在这世界上生活着的人们，也可说是我们的邻居。不是每个国家地区都有同样的感受。迅销集团作为一个全球化企业，在让更多的人了解难民及流离失所人群现状方面发挥了重要作用。我坚信，这一切将会给我们带来光明的未来。”



菲利普·格兰迪
Filippo Grandi

第十一届联合国难民署高级专员
出生于意大利。曾在非政府组织任职，并先后在联合国难民署位于非洲、亚洲、中东各国的事务所以及日内瓦总部等担任与难民及国际问题相关的职务。曾任第八届联合国难民事务高级专员绪方贞子女士的特别助理、幕僚长，此外还担任过联合国阿富汗援助团（UNAMA）的秘书长特别副代表（负责政治问题）、联合国巴勒斯坦难民救济事务机构（UNRWA）事务局长。2016年起任现职。

难民援助活动至今成果

逾 **4,619** 万件衣物

2006年起至2021年8月底期间，迅销集团在全球店铺回收顾客的闲置衣物，并与联合国难民署及世界各地的非营利组织与非政府组织合作，将回收衣物捐赠给难民及本国流离失所者。并在新冠疫情期间，共计提供了超过300万只AIRism口罩。

8个国家 **120**人

自2011年起，优衣库开始为被迫背井离乡的难民及其家属提供工作机会。截至2021年4月，在日本及欧美的八个国家，共有120名难民在优衣库店铺工作。

约 **19,000**人

在自2016年起的三年间，迅销集团为联合国难民署发起的难民自立支援项目提供了总额为550万美元的资金支援。以难民的自立为目的，在亚洲五个国家根据当地需要举办职业技能培训并为个体经营者提供帮助等，受益难民数量总计约19,000名。

Worker Wellbeing as a Priority

构筑一个使任何人都能各施所长的工作环境

迅销积极聆听供应链工人的心声，并推动改善供应链工作上的各项问题。迅销超越企业框架，与政府及国际机构展开合作开创诸多新项目，以构建良好的供应链劳动环境。本篇将对此进行介绍。

Women's Confidence Opening Up Society in Bangladesh

赋能劳动者 | 孟加拉国

在孟加拉国家基础产业之一的缝制行业中，女性撑起着大半个天。激发女性员工的潜能，为她们创造更大的职业舞台，将有助于当地地区社会的发展。迅销集团与联合国妇女署（UN Women）共同发起的“女性赋能项目”，为在缝制工厂的女性员工提供培训进修机会，培养未来女性管理人才。在此，我们请两位当事人畅谈她们参与项目的感想。

扫码阅读更多内容



改变固有观念，树立自我信心

Green Textile 公司管理人员 | Ambia Akter

“此次培训项目带给我最大的变化是有了自信。”

Akter 在 GreenTextile 制衣工厂担任管理职务，是一条拥有 30 台机器的生产流水线的负责人。每天早上 8 点，她要检查制衣生产线是否有问题，并确认汇报内容、核实员工的出勤状况，然后设定当天的生产目标。她表示：“我要思考如何与部下携手合作，以使全员达标，而这也使我感受到工作的意义。”

入职公司六年的她，今年 27 岁，以前是缝纫机的操作工人。一年前她参加了由迅销集团与联合国妇女署共创的“女性赋能项目”，学习了有关领导能力与沟通交流技能。她表示：“通过不断学习、开拓视野，一改从前认为‘女性与管理职务无关’的观念，现在我开始坚信‘我也能行’”。过去管理层几乎都是男性，我也曾不断听到女性无法担任管理岗位的声音。而我的改变和成就同时也影响着周围的同事。男性员工的态度也发生了转变。”

继 Akter 之后，也有不少女性员工开始为晋升管理职务而努力。“在孟加拉国，无论在职场还是在家庭中，女性都被认为能力不如男性。但是，如果我们为这些女性员工创造合适的环境，她们也能提高职业能力，实现晋升。我们必须改变‘女性无法胜任’这种刻板思维。”

Akter 晋升为管理人员后，有了更稳定更优厚的工资待遇，还能有计划地管理家庭经济，以及照顾双亲。她说自己开始有信心以自己的力量来使生活变得更好。“刚开始工作时我从未想象过的事情，如今也觉得自己可以做到。我的下一个目标是晋升为生产经理。” Akter 将会带着自内而外的自信不断地面对新的挑战。



公司引进的培训项目使女性管理人员数量增长 10 倍

EPIC Group 公司 人事部长 | Zahara Ashraff

EPIC Group 是在世界各地拥有包括 Green Textile 工厂在内的全球化企业。三万名员工中女性占比 85%，企业一直致力于为女性员工提供职业支持。“在制衣行业，男性的优势地位是根深蒂固的，管理者是男性，女性就是操作工。通过迅销集团与联合国妇女署联合开展的“女性赋能项目”，历时一年，女性管理人员从 9 名增加到 92 名。这样的改变也让女性员工遇到一些特有的问题时更容易能与上司沟通，职场开始出现一种和谐的氛围。女性的潜在能力也开始得到男性员工的认可，有碍于女性作用发挥的偏见意识逐渐消失。女性作用的发挥，提高了整体的生产率。今后，我们将努力培养女性员工的经营性眼光并帮助她们建立自信心，从而在经营活动中发挥想法以及人材培养等的优势，并构筑一个男女平等，每位员工都能最大程度地发挥自身能力的职场。





Worker Wellbeing and Beyond, Indonesia

跨越企业框架与劳动者共同维护劳动权 | 印度尼西亚

迅销集团一直与国际劳工组织（ILO）合作，在亚洲地区持续致力于提升劳动环境。双方于2019年缔结了合作伙伴关系后，携手在印度尼西亚发展制定公共雇用保险制度，并在迅销设有生产基地的国家开展社会保障制度的比较调查等。这里，请国际劳工组织的印度尼西亚事务所所长兼东帝汶事务所所长宫本三知子女士谈谈至今为止的相关实践以及对今后的展望。



2021年12月在雅加达举办的求职者活动（见左图）。2020年3月由国际劳工组织与印度尼西亚劳动部共同举办的亚洲五国雇用保险制度研究国际会议（见右图）。

迅销与国际劳工组织共同完成划时代的劳动者援助

国际劳工组织印度尼西亚事务所所长兼东帝汶事务所所长
宫本三知子女士



印度尼西亚将从2022年开始实行雇用保险制度。这个制度的实现，背后有着迅销集团与国际劳工组织的携手合作所促成。迅销为国际劳工组织所开展的社会保障事业出资累计约1亿9000万日元，这是作为民间企业在该项目的最大规模的出资。迅销努力承担企业的社会责任，尊重在生产供应链上工作的劳动者的权益，并确保其劳动环境的安全与卫生。而此次尝试，则是将帮扶对象扩大到自身供应链以外的劳动者，这也可以说是民间企业的先驱性尝试。通过与国际劳工组织的合作事业，迅销为印度尼西亚的社会保障制度的发展提供了技术协助，并为该国的所有劳动者的劳动环境改善做出了贡献。这一卓越成果，也体现出了迅销集团的领导力。

具备如日本这样的完整优厚雇用保险制度的国家，在亚洲还较少。在印度尼西亚，失业者的收入保障是一个深刻的社会问题。如今，受新冠疫情影响使失业问题更加凸显，引进雇用保险无疑对劳动者来说是很大的帮助。一旦制度开始实行，因公司的倒闭、解雇或其他原因失业的劳动者，在失业期间可领取最高长达6个月的救济金。此外，还能获得以再就业为目的的技能培训机会，并能得到就业介绍。在解决劳动问题以及建立社会保障时，要反映政府、劳动者及企业的意见，寻找更具可持续性且更有效的解决方法，这是很重要的。国际劳工组织注重这三者间的协商，此次的雇用保险项目也是在协商的过程中得以实施的。

由于在印度尼西亚取得的这一成果，国际劳工组织收到了来自部分其他亚洲国家意欲开展雇用保险制度的请求，希望国际劳工组织可以为其提供事业合作及技术协助。我认为，在为世界的劳动者创造就业环境，并帮助他们找到具有价值、真正好的工作这一方面，迅销的领导能力及其先驱性事例显示出了民间企业所能发挥的作用。



尊重并遵守相关法规确保供应链中各环节的人权与劳动环境

迅销集团致力在整个供应链上依法保障人权并确保在健全的劳动环境开展生产。这里就集团努力推进的部分相关措施予以介绍。

01 贯彻遵守《生产合作伙伴行为准则》

为保护劳动环境及依法保障人权，迅销集团于2004年制定了《生产合作伙伴行为准则》（Code of Conduct, CoC），其中对禁止使用童工、禁止强迫劳动、禁止骚扰行为以及为劳动时间的标准等做出了规定，并会根据具体情况进行修订。《生产合作伙伴行为准则》是遵照国际标准制定，因此，可能会高于部分地区当地法令所要求的标准，但我们仅与承诺遵守此准则的合作伙伴签订合约。

02 对生产合作商的劳动环境进行监管

- 根据《生产合作伙伴行为准则》，通过劳动环境审核，以确认合作制衣工厂、外包工厂、面料工厂等是否遵守准则。并根据审核的结果来对工厂的劳动环境进行评定，视风险的严重程度对工厂提出改进要求。
- 设置热线电话，让工厂员工可以匿名并以当地语言直接与迅销集团进行沟通。同时采取防范措施依法确保人权不受侵害，例如骚扰、童工、剥削移民劳动者，以及不公平或违法的工资与福利待遇规定等。
- 为防止在整个供应链上侵犯人权危机的发生，迅销在实施尽职调查的同时，也对原材料采购的溯源延伸至最上游，并对其劳动环境进行检查。

03 实施负责任的采购

迅销集团认为实施负责任的采购，将有助于合作工厂开展合理的生产活动，并能促进包括工资及劳动时间在内的劳动条件的改善。因此，迅销定期确认及检查生产计划的进展以及合作工厂的生产能力，以此按正规的程序进行下单。迅销还制定了正确下单的相关指南，并对生产部等采购相关部门的员工进行培训。

04 公布主要生产合作商名单

为提高整个供应链的透明度并构筑良好的劳动环境，迅销集团从2017年开始公布主要生产合作商的名单，并每年更新。对作为直接供应商的制衣工厂，迅销集团计划从2022年3月底起公布所有持续合作关系的制衣工厂名单，目前正为此进行准备。同时，迅销也在努力将公布范围扩大到制衣工厂以外的其他合作商。

05 与外部机构合作，并与非政府机构及劳动工会开展对话

一些全球性的社会问题，无法凭单个企业的一己之力解决，因此，迅销集团积极与各个国际机构、非营利组织、非政府组织以及各种行业团体开展着合作，包括联合国妇女署、国际劳工组织等。通过与各方利益相关者的携手，努力联合所有行业以及国家与地区共同改善劳动环境。

Humanity + Technology

人与科技及其未来

今天，科技的影响力正持续增大，并给社会带来了深远的影响。

日本轮椅网球选手国枝慎吾与在美国宇航局喷气推进实验室（NASA Jet Propulsion Laboratory）担任用户体验（UX）设计师的艾玛·卡莱吉安（Emma Kalayjian），两位活跃在不同领域第一线的嘉宾，来和我们畅谈人与技术的相互关系。

科技与人相连系的社会

艾玛·卡莱吉安（以下称艾玛） 慎吾先生，首先祝贺您在2020年东京残奥会上夺得金牌。但想必您的日常训练也会受到新冠疫情的影响，这两年您过得怎么样？

国枝慎吾（以下称国枝） 谢谢。对于我来说，自2020年3月起，我经历了因新冠疫情而急剧动荡的两年。当时“优衣库轮椅网球巡回赛”（UNIQLO Wheelchair Tennis Tour）即将揭幕，我正开始热身时比赛就被叫停，然后匆匆回国。接下来，奥运会及残奥会也遭延期，未来弥漫着不确定性。

艾玛 我过去每天都朝九晚五在办公室里工作，而现在完全变为远程办公。一打开手提电脑，就有同事在，而关上电脑就都不在了。我感到工作、朋友以及与家人的关系都变成虚拟的了。

国枝 体育运动是不能虚拟的。正因为这个原因，体育行业才会面临危机。

艾玛 体育要有竞赛对手，要有观众。人所产生的能量，在虚拟中是很难体现的。人类主观能动性的因素，在我所工作的汽车及航空宇宙的领域也是一个重要的课题。这个行业正在不断走向自动化，但是，如何改变人与汽车间的关系，人如何维持与自动化的关系，这些问题虽然都尚无答案，但我一直在思考着。



国枝慎吾
Shingo Kunieda

优衣库全球品牌大使。2007年实现了史无前例的轮椅网球赛年度大满贯。在2008年北京残奥会、2012年伦敦残奥会以及2020年东京残奥会上获得男子单打比赛金牌。在新旧大满贯赛制的单打组共计29次（截至2021年9月）获得冠军，并创下单打107连胜记录等，是一位多次取得优异成绩的运动员。



艾玛·卡莱吉安
Emma Kalayjian

在汽车及宇航工业领域担任设计工程师，在施展身手的同时丰富着自己的职业生涯，并作为用户体验（UX）设计师在美国宇航局喷气推进实验室（NASA Jet Propulsion Laboratory）工作。创立了以人类代步工具为主题的传媒公司“Spicy Carrot Media Group”。2021年，在Forbes 30 Under 30（30位30岁以下商业领袖）的企业技术领域获得大奖。

人的力量超越科技

艾玛 您从11岁开始打网球，自那时以来，比赛用轮椅想来也在不断进化吧。

国枝 比赛用的轮椅框架，以前是铝材的，后来改为镁材，近来也使用碳材。重量变轻的同时，价格也随之上涨。但是新材料的使用能提高体育竞技能力，如果最新的科技也能得到普遍应用的话，其价格早晚会降下来的。从这个意义上来说，这也会成为推广并普及先进技术的机会。即便使用最先进的技术在技术层面为体育竞技加分，但打网球的终究是人，人类的主观能动性则显得格外重要了。我在最近五年间，试用过各种不同高度及角度的轮椅座面，座面仅仅提高1毫米，就会在很大程度上影响击球力。

艾玛 1毫米吗？很有意思。是根据数据进行调节的吗？

国枝 轮椅网球不是单纯的速度竞赛，它是包括转动等各种复合性动作的整合。我虽然也尝试过动捕技术，但是，在考虑如何施力于球时，比起客观的数据，更多的是依靠自身的感觉。

艾玛 设计，也是注重共鸣及人的感觉。在制作用户人体形象时，要听取很多人的意见，并思考什么是障碍，如何才能解决障碍问题。这里有涉及到人的方面，也有涉及到技术的方面，我非常喜欢研究这两个方面所需要的程序方法。体育科学虽作为工学领域而发展，但同时，心理学要素也不能被忽视。

国枝 是的。我从世界排名第十升到排名第一，也是有经过心理技能训练的。这一训练是锻炼自信力，状态疲软时，自己告诉自己“我是最强的！”，如此一来，击球的精度和力度都会提高。不过，如果比赛结束后不持续自我质疑的话，技术以及心理素质都是不会提高的。要不断取胜，就须不断地寻找自己的不足之处。

艾玛 慎吾先生是自己最大的粉丝，也是最大的批评家，是吧？我也很喜欢“追求”、“顽强”这些词。为做好一件事，不达目的绝不言弃，带着享受过程的优雅心态，坚持不懈地投入，这就是我的美学观。

国枝 以这样的精神准备，艾玛对自己的今后有什么期望呢？我今后还将会参加比赛，向观众展示超越想象的比赛技术，并以此向大家介绍轮椅网球的魅力。残奥会通过各种各样的比赛，不仅网球，还有盲人足球、游泳等，使大家有机会感受到人类的更多可能性。能让更多的人看到我坐着轮椅也能获得这样的成绩，我感到很高兴。

艾玛 我也是同样，希望能借由自己的工作开拓人们的兴趣。最近我成立了一家传媒公司，旨在传播有关代步方式的未来的相关信息。在思考代步方式的未来时，不仅要关注其技术性的一面，人性化的一面也不可或缺。我希望自己可以作为沟通的桥梁，尽可能地不使用技术性专业用语，努力使下一代人以及对此不关心的人也能产生兴趣。我对独特的设想有着自己的执着与坚持，不在乎别人的看法，会坚持不懈地去挑战，并享受这种挑战。

Generation Next, Finding a Way

新世代向当今世界传递的信息

解决气候变化、环境问题、社会差距等各种问题，以使未来社会变得更加美好——这种思想意识在今天的年轻一代中日益高涨。因此，年轻一代正在世界各地开展着各种活动。下面，让我们来听听四位Z世代人的发声。



Shomy Hasan Chowdhury, Rijve Arefin

香米·哈桑·乔杜里 (26岁/孟加拉国)、
里兹维·阿瑞芬 (26岁/孟加拉国)、Awareness 360的联合创始人

① #SDGs #饮用水安全 #青年赋权

② Awareness 360通过举办研讨会等活动，致力于以用水为重点改善公共卫生。同时，从最基础的层面推进对社会弱势群体的援助，并使他们意识到，为了健康而改变生活习惯，对于摆脱贫困来说是很重要的。③作为创始人，过去的亲身经历，赋予我们更多使命感去推行此项目。Chowdhury的母亲由于严重的腹泻突然去世，这个经历让她开始关注用水安全问题，而我在孩童时代的苦难经历，成为今天投身儿童权利保护及援助青年人活动的动力源泉。④我们是能够改变未来的一代人，正因为如此，我们期待创造一个可持续发展的、和平的、平等的、健康的世界。⑤我们无需急于一次性改变整个世界，但要创造更加美好的世界，每一个人必须认识到自己的角色作用，并在日常生活中不断做出更好的选择，从量变促成质变，让世界朝着更好的方向发展。

(※本段落根据Arefin的回应所撰写)

[五个问题]

- ① 哪三个关键字最能表现自己所从事的工作?
- ② 请简述你目前有关解决环境问题的活动概要。
- ③ 从事这份工作的契机是什么?
- ④ 你希望2030年的世界是怎么样的?
- ⑤ 为了世界的未来向前迈进，首先要做什么?

Abby Fuirst

(23岁/美国) OVERDUE的社区活动组织者

① #拾捡垃圾 #“不留痕迹”#社区

② OVERDUE的目标是通过拾捡垃圾，使社区更清洁，更环保，并加强社区居民的纽带关系。这一活动既有趣又有意义，不仅使周边环境变得干净，而且也是一项促进志愿者身心健康，积极向上的社区支援项目。OVERDUE同时也为所有开展建设美好社区环境活动的倡导者提供支持。③自己在一个绿意满盈的环境中长大，因此希望下一代人也能拥有这样的环境。正当我身处洛杉矶思考自己能为此做些什么的时候，我遇到了OVERDUE。想要更多了解过度消费会给地球带来何种影响，成为了我在OVERDUE做志愿者的内在动力。④我们希望未来几代人无须为气候变化、自然灾害、粮食不足、濒危物种灭绝、传染病流行、贫困等问题而担忧，但如果我们不立即采取行动，这些问题就会变得更加严重。⑤减少过度消费，倡导循环利用就显得尤为重要。



Helly Tong

(26岁/越南) The Yèn Concept与Lai Day Refill Station品牌开创者

① #可持续性 #社会影响力 #绿色展望



②我创立The Yèn Concept的初衷是希望能为建设一个更加环保的、可持续发展的社会贡献自己的力量。The Yèn Concept旨在通过绿色主题的商品来强调人与自然的联系。关于Lai Day Refill Station，如品牌的宣传语“Lại đây, lại đây (越南语中的意思为‘补充’)”字面意思一样，这是一家销售补充装商品、提供续装服务的店铺，同时提供植树造林活动以及社区活动的支持。③面对逐梦之路上满途荆棘，我也曾经怀疑过自己和自己的理想，但是，想到自己过去获得的成果以及支持，渐渐地我开始相信小小的变化也会带来很大的不同。凭借对大自然与保护环境的热爱，我建立了稳定可持续的商业模式。④我能清楚预见2030年的世界应该是一个没有隔阂的、多样性的、人类与自然共存的世界。因此，要解决气候变化等问题，创造力是很重要的。⑤为此，我们要基于三个关键概念开展行动，即真正的社区、共鸣、再出发。



Giving Back to the World

在世界各地进行社会贡献

迅销集团在加强与地区社会以及非政府组织、非营利组织合作的同时，迅销集团亦与迅销基金会及柳井正基金会携手，在全球范围内，把握各地区的实际问题，并根据实际需求提供援助。本篇将介绍一个海外项目的实例。



迅销基金会

赋能新生代

总支援人数：138,282人

迅销基金会向设立在孟加拉国的亚洲女子大学进行捐赠，以支援培养出将来能活跃在世界舞台的亚洲女性领导者并帮助她们踏入社会。通过这个项目，许多积极进取的女性，不受其经济及文化背景的限制，获得了在大学学习的机会。2013年以来，迅销基金会总计向200多名青年女性提供了总额为295万美元的奖学金，并提供了500万美元作为新校舍建设费用。

向79个国家与地区捐赠衣物

捐赠共约46,190,000件衣物（截至2021年8月底）

由集团旗下各品牌所进行的回收再利用活动中收集到的衣物，捐赠给世界各地的难民、流离失所者等有需要的人们，或用于支持女性及年轻人项目，或作为灾害发生时紧急救援衣物。



为社会弱势群体提供援助

援助总人数：4,608,058人

优衣库为受新冠疫情影响而陷入困境的人们提供援助。在马来西亚，与非政府组织“The Lost Food Project”合作，为社会弱势群体的人们提供约50万份食物。此外，在俄罗斯，与当地的慈善团体联手，根据实际需求提供援助，如向因新冠疫情而无家可归的流浪者以及老人捐赠“HEATTECH”衣物等。



欧洲

白俄罗斯/比利时/丹麦/德国/俄罗斯/法国/格鲁吉亚/哈萨克斯坦/荷兰/吉尔吉斯斯坦/塞尔维亚/塔吉克斯坦/西班牙/希腊/意大利/英国

北美与中南美

加拿大/巴西/哥伦比亚/海地/美国

非洲

阿尔及利亚/埃塞俄比亚/安哥拉/博茨瓦纳/布基纳法索/布隆迪/多哥/刚果民主共和国/津巴布韦/喀麦隆/科特迪瓦/肯尼亚/利比里亚/卢旺达/马拉维/毛里塔尼亚/莫桑比克/纳米比亚/南非/南苏丹/尼日尔/塞拉利昂/塞内加尔/斯威士兰/坦桑尼亚/突尼斯/乌干达/赞比亚/乍得/中非共和国

中东

阿富汗/黎巴嫩/沙特阿拉伯/叙利亚/也门/伊拉克/约旦

亚洲

巴基斯坦/菲律宾/韩国/柬埔寨/老挝/马来西亚/孟加拉国/缅甸/尼泊尔/日本/斯里兰卡/泰国/新加坡/印度/印度尼西亚/越南/中国大陆/中国台湾/中国香港

大洋洲

澳大利亚/所罗门群岛



紧急援助与受灾援助

援助总人数：2,091,314人

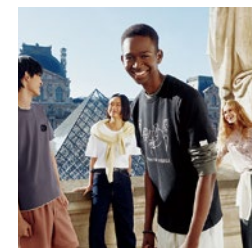
（含COVID-19疫情相关的援助）

2021年2月，为在美国德州奥斯汀遭受大寒潮袭击的居民捐赠了约25,000件衣物。为此优衣库准备了“LifeWear包裹”提供给灾民，依据当时需要，每个包裹里装了便于携带、有助于调节体温的衣物。

人文艺术支持

总受益人数：236,566人

以纽约现代艺术美术馆为开端，优衣库先后在世界范围内与泰特现代美术馆、卢浮宫博物馆等建立并扩展合作关系。我们通过赞助免费入馆参观、导游讲解、联名商品等，让更多的人近距离地感受艺术，从而为世界文创发展做出贡献。



环境保护举措

援助总人数：405,500人

欧洲及北美的优衣库员工参加了在世界各地开展的名为“WORLD CLEANUP DAY”的捡垃圾活动。在法国，优衣库员工与流浪者援助团体一起清扫街道，这也给了员工们对流浪者问题进行思考的机会。韩国优衣库、中国台湾地区优衣库及极优（GU）也开展了清扫海滩的活动。

多样性与包容性的举措

援助总人数：16,125人

思睿(Theory)自2017年起开展名为“Be Heard”的女性赋权项目活动。邀请女性的创业家、改革家，结合她们自身职业经历，就社会性课题及多样性等话题进行分享。至今已邀请了19位发言嘉宾，超过17,000人受益。



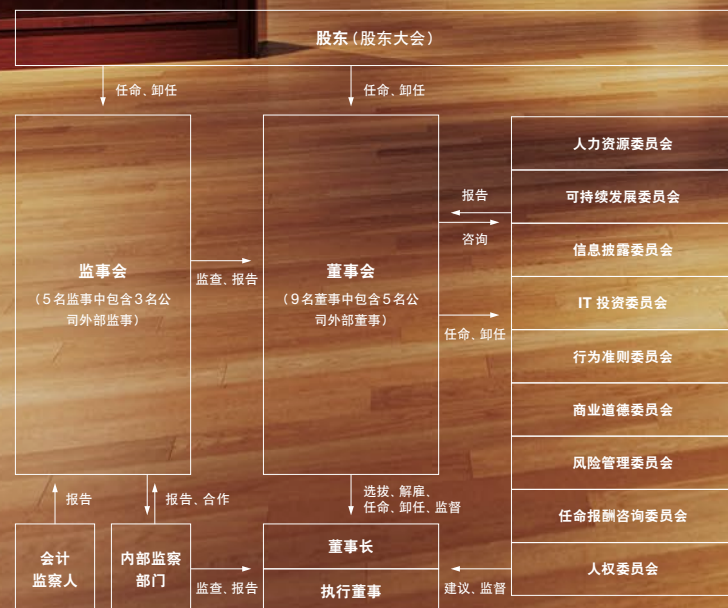
Theory

Corporate Governance

正确的经营

迅销集团致力于构建一个决策迅速且公开透明的经营体制。为了实现这一体制，持续强化董事会的功能及内部监管机制，并努力构筑具有实效性的公司治理体制。

公司治理体制 (截至2021年11月26日)



扫码阅读更多内容



加强可持续发展活动推进体制

在有董事、监事、企业外部有识之士、执行董事等出席的委员会上，与会者就环境保护、遵守相关法规以保障人权等重要问题上的风险及对策等进行讨论。

[可持续发展委员会] 董事长兼总裁作为可持续发展的总负责人，任命董事以及执行董事，设立可持续发展委员会。该委员会通过议论做出适切判断推进与经营融为一体的可持续发展活动。

2021年度，委员会就环境问题的应对、遵守相关法规以保障供应链中从业人员的人权、社会贡献活动、沟通交流等各类措施的进度管理及其方向性进行了讨论。其中重点讨论了环境保护问题，特别是气候变化的应对，并就具体目标以及举措内容作出了结论。

[人权委员会] 由外部有识之士担任委员长，对人权尽职调查的实施以及重要的人权问题进行审议和建言。根据2018年制定的人权方针履行尊重人权的责任，为妥善开展业务，对业务执行部门提供建议并开展教育启发活动。人权委员会同时也承担劝告与监督的职责，对申诉热线所受理的侵可能侵犯员工权益的案例进行调查，并就妥善的救助措施进行建议与监督。

内部监管机制的强化

作为内部监管中的一环，推动合规机制，是实施健全企业活动的基础。迅销集团制定了名为《迅销集团企业行为准则》的员工行为规范。为了切实贯彻这一准则，通过教育和培训来帮助员工理解和确认这些行为规范。同时，各个员工每年接受电子课程学习，进以全面推进贯彻及遵守行为规范。

Fast Retailing Co., Ltd. (迅销有限公司) 之公司治理 (英文)

以下刊载有关公司治理、内部监管等的详细信息以及公司治理报告书等。

<https://www.fastretailing.com/eng/about/governance/>



HELMUT LANG

PRINCESSE tam•tam PARIS



COMPTOIR DES COTONNIERS

J BRAND

Theory

P L S T



Corporate Information

公司信息简介

迅销集团在其网站上发布有关可持续发展活动、企业信息和投资者关系（IR）信息等详细信息，并向各利益相关方传递有关信息。

[面向消费者] 发送“让未来变得更美好”的信息

发送有助于大家对地球、社会、人类进行思考的启示信息。

UNIQLO Sustainability/THE POWER OF CLOTHING 优衣库可持续发展 以服装的力量创造更美好的未来

敬请参阅迅销集团的详细信息。（英文）
www.fastretailing.com/eng/sustainability/



大家共同参与的可持续发展模式

LifeWear 特别大使等的活动视频。
https://www.uniqlo.com/jp/ja/contents/sustainability/sustainability_mode/



[面向投资者及股东] 有关事业过程的信息发布

在保护健康、安全及遵守相关法规确保人权的环境中生产并提供不会为地球造成额外负荷的服装。

迅销集团（IR 信息）

迅销集团的经营相关信息可在此浏览。（英文）
<https://www.fastretailing.com/eng/ir/>



迅销集团（年度财报）

迅销集团的 2021 年度 8 月期 年度财报可在此浏览。（英文）
<https://www.fastretailing.com/eng/ir/library/annual.html>



迅销集团（可持续发展）

迅销集团的可持续发展活动相关信息可在此浏览。（英文）
<https://www.fastretailing.com/eng/sustainability/>



迅销集团（可持续发展数据库）

迅销集团的 ESG 相关数据可在此浏览。（英文）
<https://www.fastretailing.com/eng/sustainability/report/data.html>



Fast Retailing Sustainability Report 2022

[编辑方针]

由 Fast Retailing Co., Ltd.（迅销有限公司）所发布的本报告，目的在于简单明了地介绍迅销集团在开展事业活动的同时所履行的企业社会责任，包括阐述迅销集团的企业立场及其可持续发展的有关活动。

[本报告对象范围]

原则上以迅销集团（Fast Retailing Co., Ltd. 以及日本和日本以外的事业公司）为对象，有别于上述原则时将标明特定对象范围。

[本报告包含期间]

2020 年 9 月至 2021 年 8 月
* 本报告所刊载的数据，凡无特别标明的，均为财务年度的业绩。
* 对于重要的报告事项，尽可能刊载最新信息

[中文版发布]

2022 年 4 月（下期预定将于 2023 年 3 月左右发布）

撰文：松家仁之（P.6-13）、佐藤淳子（P.20-23）、末冈洋子（P.24-27、P.30-31）、其他均为迅销撰文。
摄影：KEI KONDO（封面、P.6-9、P.11-13、P.15-17 左、P.22-23、P.30-31、P.36-37）、桥本直贵（P.4-5）、Second Life Studio @The Bakery / Dahahm Choi（P.17 右）、Shinsuke Kamioka 上网伸辅（P.18 左、P.21 右、P.24 左上）、Shu Tokonami（P.18 右）、© UNHCR / Eugenia Paz（P.20 左）、Fondazione Progetto ARCA Onlus / Daniele Lazzaretto（P.21 左）、© UNHCR / P. Gomes（P.24 右下）、KINYA（P.25）、UN Women / Pornvit Visitoran（P.26-27）
制作创意提供：The Astronomer / Johannes VERMEER / 1668 The Winged Victory of Samothrace
© Musée du Louvre Louvre Pyramid © I.M. Pei © 2022 Yu Nagaba（P.35 自上起第二张照片）

本报告不仅涉及 Fast Retailing Co., Ltd.（迅销有限公司）及其集团下属公司过去与现在的实际状况，还包括截至报告发行时以公司的计划、展望、经营方针及经营战略为基础所做出的未来预测。这些预测是基于撰稿时所获信息而做出的假设与判断，故如各相关条件发生变化，则未来的事业活动结果或进展状况有可能与预测不符。请广大读者予以理解。

