



CSR REPORT

2009

Corporate Social Responsibility

服を変え、常識を変え、世界を変えていく

Contents

패스트 리테일링 그룹의 스테이트먼트 P1

CEO 메시지 P3

유니클로의 CSR 활동 하이라이트 P7

토픽1 유니클로의 품질 및 안전관리 체제
안심과 안전, 그리고, 고품질을 향한 도전 P9

토픽2 높은 윤리관을 가진 지구시민으로서 행동한다
옷의 가치를 최대한으로 살리기 위해
유니클로의 「전상품 리사이클 활동」 P13

고객과 함께 P17

거래기업과 함께 P21

종업원과 함께 P25

사회 및 환경과 함께 P29

CSR 매니지먼트와 윤리경영 P35

패스트 리테일링의 그룹 개요와
주요한 노력 P39

Changer la façon de s'habiller, sortir des sentiers battus,
et proposer une autre vision du monde.

▶ 패스트 리테일링 그룹의 스테이트먼트

옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다.

패스트 리테일링 그룹은, 정말 좋은 옷, 지금까지 찾아볼 수 없었던 새로운 가치관을 가진 옷을 만들어 전세계 모든 사람들에게 멋진 옷을 입을 수 있는 기쁨과 행복, 그리고 만족감을 제공합니다.

독자적인 기업 활동을 통해 사람들이 충실한 삶을 실현하는데 공헌하고, 사회와의 조화로운 발전을 추구합니다.

Changing clothes. Changing conventional wisdom.
Change the world.

改变服装, 改变常识, 改变世界

편집방침

패스트 리테일링이 발행하는 「CSR 보고서 2009」는, 그룹의 기업이념인 「FAST RETAILING WAY」를 바탕으로, 저희 그룹의 사업활동에 따르는 사회적 책임을 명확히 한 것입니다. 본 보고서를 바탕으로, 다양한 이해관계자 여러분들과 더 많은 대화를 통하여, 여러분들이 기대와 관심을 갖고 계시는 사항과 관련하여 계시는 점 등에 대해 진지하게 대응해 가겠습니다.

각 이해관계자에 해당하는 페이지에서는, 당사 임원과 종업원이 구체적으로 노력을 진행하고 있는 항목 뿐만 아니라, 아직 노력이 부족한 항목에 관해서도 정보를 공개하는 것을 통하여, 향후의 개선을 위해서 도움이 될 수 있는, 여러분의 기탄 없는 의견을 들을 수 있기를 바라고 있습니다.

또한, 회사 정보와 관련 데이터에 관해서는 매뉴얼 리포트와 웹사이트 (<http://www.fastretailing.com>) 에도 게재하고 있으니 함께 확인하여 주십시오.

보고대상 기간

2007년 9월부터 2008년 8월

* 본 보고서상의 수치는, 특별한 언급이 없는 한, 회계연도의 실적을 공개하고 있습니다.

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

발행

2009년 1월(매년 발행. 다음 발행은 2010년 1월 예정)

본 보고서에 관한 문의처

주식회사 패스트 리테일링 CSR부
e-mail: FR_G_frgcsr@fastretailing.com

FAST RETAILING WAY (FR그룹 기업이념)

스테이트먼트 (Statement)

옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다

그룹의 사명 (Mission)

FAST RETAILING 그룹은

- 정말 좋은 옷, 지금까지 찾아볼 수 없었던 새로운 가치관을 가진 옷을 만들어 전세계 모든 사람들에게 멋진 옷을 입을 수 있는 기쁨과 행복, 그리고 만족감을 제공합니다.
- 독자적인 기업 활동을 통해 사람들이 충실한 삶을 실현하는데 공헌하고, 사회와의 조화로운 발전을 추구합니다

우리의 가치관 (Value)

- 고객의 입장에 입각
- 혁신과 도전
- 개성의 존중, 회사와 개인의 성장
- 정의를 향한 집념

나의 행동규범 (Principle)

- 고객을 위한 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



주식회사 패스트 리테일링
대표이사 겸 사장
야나이 타다시

우리는 누구인가, 그것을 명확히 해야 할 책임이 있다고 생각합니다

세계가 필요로 하는 기업이 되기 위하여, 세계를 좋은 방향으로 바꿔나가기 위하여, 그룹 전체의 기업이념 「FAST RETAILING WAY (FR WAY)」를 제정하고, 「사회에 대한 약속」을 실천해 가겠습니다.

그룹 전체의 기업이념 「FR WAY」

「옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다」 이것은 2008년에 제정한 FAST RETAILING 그룹의 기업이념 「FR WAY」의 서두에 천명한 스테이트먼트입니다. 옷 뿐만 아니라, 의식을 바꿔나가는 것, 세계를 바꿔나가는 것. 이것이 저희들이 실현하고 싶은 것입니다.

한 기업이 세계에 진출할 때, 그 회사가 「어떤 회사인가」, 「어떠한 것을 지향하는가」라는 질문을 받게 됩니다. 우선 자신이 누구인가, 어떤 가치관과 도덕관념, 기본적 능력을 가지고 있는가, 그것들을 명확히 하고, 전달하지 않으면 안 됩니다. 그렇지 않으면 상대방은 저희들을 어떻게 판단해야 할지 알 수가 없습니다.

우선 스스로가 깃발을 세워야 합니다. 외부로 향해서도 내부로 향해서도 우선 간판을 내거는 것입니다. 저희들이 장래에 어떤 방향으로 향하고자 하고 있는가, 그것을 분명하게 표명하는 것이 FR WAY를 제정한 의미입니다.

이것은 사람에게 있어 「정신」에 해당하는 것입니다. 이것은 살아가는 데에 있어 가장 중요한 것으로, 사람도, 회사도, 정신이 없다면 그것은 빈 껍데기입니다. 어떤 나라에서도, 어떤 그룹의 회사에 대해서도, 패스트 리테일링 그룹은 이 방침에 따라 사업을 추진할 것입니다. 그런 의미에서 FR WAY는 절대적인 것으로 타협의 여지는 없습니다.

기업은 원래 사회적 존재로, CSR이라는 것은 사회에 대한 약속을 지키는 것입니다. 그 「사회에 대한 약속」이 바로 FR WAY입니다. 모든 것에 있어서 이것을 기준으로 일을 해나가는 것이 가장 중요하다고 저는 생각하고 있습니다.

모든 「고객」에게 정말 좋은 옷을 제공

FR WAY는 「나의 행동규범 - Principle」의 필두에 「고객을 위한 다양한 활동을 합니다」라고 천명하고 있습니다. 저희들은 고객에게 최고의 점포가 되는 것, 고객에게 최고의 기업이 되는 것을 목표로 하고 있습니다.

저희들은 상품을 스스로 기획하고, 생산과 물류에도 깊이 관여하고, 저희들의 점포에서 판매하고 있습니다. 그러한 일련의 흐름 속에서 비즈니스 프로세스 전체를 컨트롤하고 파악하고 있습니다. 어떤 상품을 누가, 언제, 어디서, 어떤 방법으로 생산하고 있는가를 빠짐없이 확인하고 있습니다.

유감스럽게도, 이러한 구조를 구축하고 있어도 작업상의 실수와 문제 있는 상품을 완전히 없애는 데에는 아직 이르지 못 하고 있습니다. 하지만, 저희들은 만일 어떤 문제가 발생하면 곧바로 그 원인을 규명하고 개선조치를 취하는 것이 가능합니다. 그리고, 그 정보는 전부 신속하게 공개합니다. 상품의 흐름을 모두 저희들이 파악하고 있어야만 고객에 대한 책임을 다할 수 있다고 생각하고 있습니다.

점포에서도 고객의 의견에 진지하게 귀 기울이는 노력을 계속하고 있습니다. 고객의 불만과 의견을 가장 잘 파악하고 있는 것은, 매일 실제로 고객과 대화하고 있는 현장의 판매원과 점장입니다. 고객의 목소리가 현장의 직원을 통하여 경영진과 사내의 관계부서에 직접 전달되어, 불만과 불편은 점장과 점포의 관리자가 신속하게 해결하고 그 결과를 경영진에 보고하도록 하는 구조를 구축하고 있습니다.

중요한 것은 정보가 자유롭게 유통하는 것입니다. 과제해결에는 끝이 없습니다. 문제발생을 가능한 한 제로에 가깝게 하기 위하여 하나 하나 성실하게 대응하여 해결해 가는 구조를 만드는 것. 그것이 고객에 대한 책임을 다하는 것이라고 생각하고 있습니다.

고객, 거래기업, 주주, 종업원, 사회와 환경을 비롯한 모든 이해관계자들과 함께 발전하는 것을 목표로 합니다.



「거래기업」과 더 좋은 파트너십 구축

「정의를 향한 집념」. 이것도 저희가 FR WAY의 「우리의 가치관-Value」 중에서 중시하고 있는 것입니다. 거래기업에 대해서도, 「정말 좋은 상품을 만든다」라는 생각과 의욕이 없는 기업과는 거래를 하지 않는다는 원칙을 관철하고 있습니다. 이익을 위해서라면 약간의 잘못에 대해서는 눈을 감고 외면한다는 생각이 조금이라도 있는 기업과는 거래를 하지 않습니다. 이것이 대원칙입니다.

패스트 리테일링(FAST RETAILING)은 거래기업에게, 자사의 이익 뿐만 아니라, 서로가 함께 성장하여 사회에 공헌할 수 있도록 노력하는 자세를 요구하고 있습니다. 현재, 중국 이외의 지역에도 생산거점을 확대해 가고 있는데, 새로운 거래기업에게도 저희들의 생각에 대한 이해를 구하고 있습니다. 기존의 거래기업이라고 하더라도 이에 반하는 행위가 있으면 그 즉시 거래를 중지합니다. 이러한 원칙에 납득하지 못 하는 기업은 파트너가 될 수 없으며, 결국 서로 함께 성장할 수 없습니다.

저희들의 사업규모에 비하여 거래기업의 수가 적은 것은, 그러한 강력한 파트너십을 중시하고 있는 결과입니다. 저희들은 세계 유수의 기업그룹으로 성장하고 싶다고 진정으로 바라고 있기 때문에, 파트너도 같은 뜻을 가진 기업과 서로가 서로를 선택하는 관계를 유지해 가야 한다고 생각하고 있습니다.

「종업원」 한 사람 한 사람의 존중과 성장을 위하여

「개성의 존중, 회사와 개인의 성장」도 FRWAY의 중요한 Value 중 하나입니다. 「개성의 존중」을 실현하는 데 있어 가장 중요한 것은 삶과 일에 대한 가치관을 공유해 가는 것이라고 생각합니다. 기본적인 가치관이 일치할

때 비로소 서로 다른 개성을 가진 사람들이 함께 일하는 것이 가능합니다. 서로의 개성을 살리기 위해서는 항상 서로의 기본적인 사고방식을 확인해 둘 필요가 있습니다.

다양성을 추진하는 것도 같은 생각에서 비롯된 것입니다. 장애인 고용 추진과 여성 캐리어 개발 지원, 외국인 종업원의 적극적인 채용 등 저희들이 추진하는 시책의 출발점에 있는 것은 그 사람의 개성을 살리고 장점을 이끌어내기 위해서는 어떻게 해야 하는가라는 발상입니다. 또한, 지역 한정 정사원제도의 도입과 잔업 없는 날의 철저한 시행, 휴가 이용 촉진, 나아가서는 세계 각지에서 활약할 수 있는 글로벌 인재의 육성도, 사원마다의 개성을 인정하고 각자의 개성을 살려서 자신감을 갖고 일할 수 있도록 해야 한다는 생각에 기반하고 있습니다.

만약 누군가가 어떤 핸디캡을 가지고 있어서 일을 하기 어렵다면 그것을 있는 그대로 받아들이고 어떻게 해결할 것인가를 생각해야 합니다. 사람들에게는 차이가 있다는 것을 우선 받아들이고 그것을 해결하는 방법을 찾아야 합니다. 이와 같은 구체적인 논의가 중요하다고 생각합니다.

「환경」과 「사회」의 미래를 위하여 지금 할 수 있는 것

경제가 글로벌화하고 기업이 갖는 사회적 영향력이 커지고 있는 가운데, 사회공헌의 중요성은 점점 더 커지고 있습니다. 고용을 창출하고 세금을 납부하는 것도 기업의 사회공헌이지만, 그것은 당연한 것으로 그것만으로는 부족합니다. 「자신이 아니면 할 수 없는 것」, 「자신에게 맞는 것」, 그리고 「하지 않으면 안 되는 것」을 계속적으로 하는 것. 이것이야말로 중요합니다.

FR WAY에서는 「사회와의 조화로운 발전」을 명문화하고 있는데, 글로벌 시대, 다른 문화적 배경을 갖는 지역에서

사업활동을 하기 위해서는, 저희들이 그 지역에 있어서 좋은 일을 하는 회사이며, 저희 회사가 그 지역에 있어서 메리트가 있다는 것을 이해시켜야 할 필요가 있다고 실감하고 있습니다.

종래에 일본 국내를 중심으로 실시해 온 유니클로 상품의 전상품 리사이클 활동, 세토우치 올리브 기금과 스페셜 올림픽스 등과 같은 단체에의 지원, 종업원의 자원봉사 활동 등 패스트 리테일링다운 사회공헌의 기반을 살려서 앞으로도 글로벌한 활동을 추진해 가겠습니다.

환경문제에 관해서는 FR WAY에서 천명한 행동규범 「높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다」에 기반하여, 매일 매일의 사업활동이 가능한 한 환경에 부담을 주지 않도록 하는 체제를 구축하고 있습니다. 점포에서의 에너지 절약과 자원 절약의 추진, 공장출하시의 포장자재의 삭감, 효율적인 물류체제의 구축 등의 노력을 하고 있습니다. 또한, 이미 실시하고 있는 전상품 리사이클 활동도 더욱 규모를 확대하여 추진해 가겠습니다.

기업에 있어서의 사업활동과 CSR은 동전의 앞면과 뒷면 같은 것으로, 그 둘 중 어느 한 쪽이 없어도 사회적으로 그 기업은 평가받지 못합니다. 그런 의미에서 그 둘은 자동차의 두 바퀴라고 말해도 될 것입니다. 저희들은 일본 국내는 물론, 전세계의 지역과 국가들에서 정말로 「좋은 기업」, 「필요하다고 생각되는 기업」이 되고 싶다고 생각하고 있습니다. 그것을 위해서도 CSR에 관한 노력을 성실하게 추진해 갈 것입니다.

앞으로도 변함없는 지원과 도움을 부탁드립니다.

2009년 1월
주식회사 패스트 리테일링
대표이사 겸 사장
야나이 타다시

FAST RETAILING WAY에 기반한 CSR에 대한 생각



FR 그룹 CSR 스테이트먼트
세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다

FR그룹의 CSR에 대한 생각

- 고객: 모든 고객에게 정말 좋은 옷을 제공
- 종업원: 개성의 존중, 회사와 개인의 성장
- 거래기업: 함께 최고 수준을 지향하는 파트너십의 구축
- 지역사회: 지역 공동체와 조화로운 발전
- 주주 및 투자자: 적시에, 적절하고, 공정하고, 신속한 정보공개
- 환경: 지구환경에 친화적인 경영
- 윤리경영: 높은 윤리관을 조성하는 윤리경영의 추진
- 기업지배구조: 이해관계자의 이익을 지키고 사회와 조화하는 경영의 추구

모든 프로세스에 CSR의 시점 도입

유니클로의 CSR 활동 하이라이트

패스트 리테일링 그룹에서는, 「세계를 좋은 방향으로 바꿔나가기」 위하여, 모든 이해관계자들과 항상 마주하면서, 상품의 기획에서부터 판매, 폐기에 이르기까지, 모든 프로세스에 CSR의 시점을 도입하고 있습니다.

모든 「고객」에게 정말 좋은 옷을

고객이 진심으로 원하는 상품을 개발하고, 안전한 옷을 제공하는 체제와 그것을 실행해 나갈 힘이 있습니다.



전세계로부터 정보 수집
도쿄, 뉴욕, 파리, 밀라노 등 세계의 패션 동향과 연간 10만 건 가깝게 접수되는 고객의 의견 등을 상품 개발에 활용하고 있습니다.

안심할 수 있고, 안전한, 고품질의 상품 생산을 지원한다 「장인(匠人)」



일본의 섬유산업에서 30년 이상의 경험을 가진 「장인(匠人)」이 생산현장을 지도하고, 안전관리는 물론, 품질의 전반에 걸쳐 최고 수준을 실현하고 있습니다.

생산

CSR 스테이트먼트
세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다

물류

「거래기업」과의 강력한 파트너십

생산현장의 노동환경 개선을 빼놓을 수 없다고 생각합니다.

생산공장의 노동환경 모니터링 실시



파트너 공장과 하나가 되어 적절한 환경 하에서의 상품 생산을 목표로 제3자에 의한 노동환경 모니터링을 정기적으로 실시하고 있습니다

전용 창고에서 포장자재와 집기를 리사이클

물류시에 발생하는 골판지와 포장자재의 리사이클 이외에, 폐점과 레이아웃 변경 등으로 불필요하게 된 점포의 집기 등을 필요한 점포에서 재이용할 수 있는 체제를 갖추고 있습니다.



계속적인 「환경」부하 저감과 「환경」보전활동

전상품 리사이클 활동을 통한 난민 캠프의 생활과 자립을 지원

매년 3월과 9월에, 고객이 불필요해진 상품을 유니클로 매장에 맡겨주시면 난민 캠프에 전달하고 있습니다.



사업에 맞는, 유니클로만이 할 수 있는 활동에 노력하고 있습니다.

폐기

「종업원」 한 사람 한 사람의 존중과 성장

유니클로에서는 다양한 종업원이 전세계에서 활약하고 있습니다.

1점포 1명의 장애인 고용을 목표로



유니클로 점포에서는, 2001년부터 장애인 고용을 적극적으로 추진하여, 법정고용율을 대폭 상회하여 달성하고 있습니다.

다양한 캐리어와 일하는 방식에 대응하기 위하여 지역 한정 정사원제도를 도입

거주지의 이동과 전근이 없는 지역 한정 정사원이, 지역으로부터 사랑받는 점포 만들기의 핵심이 되는 인재로서 활약하고 있습니다.



판매

높은 윤리관의 조성 「윤리경영」의 철저화

종업원을 대상으로 한 행동 규범 「코드 오브 컨덕트(CoC)」를 그룹 전사에 도입

그룹 전사에서 윤리경영 의식의 향상에 노력하고 있습니다.

기업으로서 법령을 준수하고, 공정함을 잃지 않도록 노력하는 것은 물론, 사원에 대해서도 올바른 행동을 요구하고 있습니다.

「지역 공동체」와의 조화로운 발전

사회로부터 지속적으로 신뢰받고, 필요하다고 생각되는 기업이 되기 위해서 지역에 뿌리를 둔 사회공헌 활동을 전개하고 있습니다.

세토우치해(海)의 섬 「테시마(豊島)」에 푸른 산림과 스마일을

세토우치 올리브 기금에 대한 지원을 통하여, 테시마(豊島)에서의 식목 자원봉사 활동 및 환경문제에 진지하게 대처하는 환경교육을 전개하고 있습니다.



고객과 함께

거래기업과 함께

종업원과 함께

사회 및 환경과 함께

CSR 매니지먼트와 윤리경영



염색 전후와 재단 전에 발광(發光) 보드 위에서 섬유에 흠과 구멍 등이 있는지를 전량 검사

재단시에는 종업원의 안전을 위하여 금속 장갑 착용을 의무화

가로와 세로, 2번에 걸쳐 검침(檢針) 실시



품질을 좌우하는 봉제는 빠르게, 그리고, 정성껏

장인(匠人)의 적절한 판단은, 오랜 기간 동안의 경험과 감에 의한 것

유니클로의 종업원이 정기적으로 공장을 방문한다

토픽 1 유니클로의 품질 및 안전관리 체제

안심과 안전, 그리고, 고품질을 향한 도전

유니클로에서는 SPA*1 전 과정에 있어서 안심과 안전을 실현하려는 다양한 노력을 하고 있습니다. 토픽1에서는 사회로부터의 주목이 급속하게 높아진 상품 생산현장에 초점을 맞추어 그 노력들을 보고하겠습니다.

SPA 과정에 있어서의 안심과 안전의 실현



안심할 수 있고, 안전한 상품은, 국가를 뛰어 넘은 파트너십으로부터 태어난다

유니클로의 상품은 중국을 비롯한 아시아 지역에서 약 70개 회사의 파트너 공장을 중심으로 제조되고 있다. 이러한 거래공장수는 다른 글로벌 SPA와 비교해도 매우 적다. 하지만, 그렇기 때문에 어느 공장에서 어떻게 만들어지고 있는지, 그 공정을 정확히 파악하는 것이 가능하고, 상황에 따라 상세하게 대응하는 것이 가능하다. 그리고, 그것을 실현하고 있는 것은 거래공장과의 강력한 파트너십이다.

1999년에 중국에 있는 생산거점의 관리를 목적으로 상해사무소를 설립하였다. 당시부터 소장을 맡고 있는 아베 테츠야 소장은 말한다.

「설립 당시에는 일본에서 출장으로 왕래하면서 생산관리를 했습니다. 그 후 생산량이 비약적으로 증가함에 따라 출장을 통해서는 상황에 따른 상세한 후속조치가 어려워졌습니다. 그렇게 되면 현지에서의 생산관리가 불가피해집니다. 품질과 납기, 이 두 가지는 현장의 생명선이기 때문이죠.」

당시 아베 소장을 포함하여 직원이 3명 밖에 없었던 상해사무소. 거래 공장은 30~40개의 회사. 우선 제일 처음 노력한 것은 파트너 공장에 직접 가서 자신의 눈으로 보고, 자신의 귀로 듣고, 자신의 말로 설명하는 것이었다.

「매주 자신들이 직접 확인할 수 없는 공장을 없애도록 하기 위하여 각자가 분담해서 각 공장을 돌았습니다. 메이커의 담당자가 직접 현지의 생산공장에 빈번하게 온다는 것은 그 때까지는 거의 없었습니다. 물론 공장측으로부터의 저항도 있었지만, 담당자가 실제로 온다는 것으로 인해 좋은 의미의 긴장감도 생겼습니다. 이쪽의 요망도 잘 전달할 수 있고, 저쪽의 애로점도 직접 들을 수 있습니다. 직접 파트너 공장과 대화하고 함께 만들어 낸다는 마음 자체가 유니클로의 품질관리에는 커다란 의미와 힘을 가지고 있다고 생각합니다.」

유니클로의 생산체제, 품질관리의 버팀목이 되는 장인(匠人)의 경험과 기술

2008년 현재 상해시 중심가의 사무소에서 근무하고 있는 직원은 약120명. 직원의 대부분은 월요일과 금요일은 사무소로 출근하고, 화요일부터 목요일은 담당공장으로 직접 가서 납기와 품질 등을 현장에서 확인한다. 2008년 9월에 부임한 야마나카 키요시 부소장에게 구체적인 품질관리를 위한 노력에 대해 물었다. 「안심과 안전, 그리고, 고품질의 상품을 만들기 위해서는 기계와 시스템 뿐만 아니라, 숙련된 기술자의 경험이 반드시 필요합니다. 2000년에 시작한 장인(匠人)제도는 바로 품질에 대한 유니클로의 생각이

응축된 것이라고 할 수 있습니다. 일본이 세계에 자랑하는 섬유산업에서 30년 이상의 경험을 가진, 장인(匠人)이라고 불리는 기술자를 각 공장에 파견하여 전체 프로세스에 깊게 관여하도록 하고 있습니다. 기본적 전제라고 할 수 있는 제품의 안전과 작업의 안전은 물론, 원료와 원사(原絲) 하나 하나에서부터 섬유, 염색, 봉제, 감축, 완성까지 세심하게 관리하고, 또한, 샘플 작성시의 체크, 양산전의 품질 확인 및 지도 등 장인(匠人)의 역할과 판단 책임은 다방면에 걸쳐 있습니다. 현재 유니클로 상품의 약 90%가 중국에서 생산되고 있는데, 판매거점의 글로벌화와 함께 베트남, 방글라데시 등 생산거점도 넓혀지고 있다. 세계 최고 수준의 생산체제, 철저한 품질관리는 앞으로도 세계의 어느 지역에서도 변하지 않는다.



(주)유니클로 생산본부 상해사무소 소장 아베 테츠야

(주)유니클로 생산본부 상해사무소 부소장 야마나카 키요시

*1 SPA: 「Speciality store retailer of Private label Apparel」의 줄임말로 제조 소매업을 의미한다. 소재 조달, 기획, 개발, 제조, 물류, 판매, 재고관리 등 제조부터 판매까지의 모든 공정을 일관적으로 행하는 업태를 말함. 생산 자체는 외부 위탁하는 경우가 많다.

고객에게, 안심할 수 있고, 안전한, 정말 좋은 옷을 제공하고자 한다

유니클로의 상품 생산현장으로부터

일본이 세계에 자랑하는 섬유산업의 장인(匠人)들. 경험에 기반한 장인(匠人)팀의 확실한 기술이 생산공정의 품질 및 안전관리에 커다란 역할을 하고 있습니다.

소재 품질 및 안전관리에 지름길은 없다. 정해진 순서, 검사, 검품을 정성껏 반복하는 것이 중요

실을 원단으로 짜는 공정에서는 먼 먼지가 날리지 않도록 하기 위하여 방직기 1대마다 전부 비닐커버를 씌우고 있습니다. 그리고, 방직기 위쪽에는 그 방직기를 담당하고 있는 검사 담당자의 이름이 걸려 있어 관리 상황을 파악하고 관리하는 것이 가능하게 되어 있습니다. 또한, 완성된 직물은 직물을 짜는 과정에서의 흐트러짐이나 흠, 더러워진 부분이 없는지 전량 체크합니다.



안전과 품질을 보증하기 위하여, 검사와 확인을 반복한다

염색기에는 안전장치가 설치되어, 기계 내의 압력이 높은 동안은 안전을 위하여 문이 열리지 않도록, 그리고, 압력이 너무 높은 경우는 기계의 뒷쪽로부터 압력을 뺄 수 있도록 되어 있어 종업원의 안전을 확보하고 있습니다. 염색된 직물은 흠, 얼룩이 있는지의 여부를 엄격하게 체크합니다. 이와 같이 전 공정에 걸쳐서 시험, 검사, 확인을 반복합니다.



염색기 내의 염색 정도를 확인



기계에게만 의존하지 않고, 사람의 눈으로 확인하는 것이 중요하다

봉제 제품에 혼입되는 것을 방지하기 위하여 공장 내의 모든 바늘을 일원관리.

봉제단계에서의 안전상의 최대의 리스크는 바로 바늘입니다. 따라서, 유니클로에서는 공장 내에서 사용하는 바늘을 철저히 관리하고 있습니다. 예를 들면, 제봉기용 바늘이 부러진 경우, 부러진 부분도 복원하여, 원래의 형태가 된 것만 새로운 바늘로 교환하고, 일부라도 부족하면 발생지점으로부터 3m 이내에 있는 상품과 도구를 현장에서 검사합니다. 그 후에 해당상품을 파기하여 혹시라도 부러진 바늘의 일부가 상품에 혼입되는 것을 방지하고 있습니다. 손바느질용 바늘의 교환도, 손바느질은 1 플로어에 1개 밖에 없는 유리로 된 방에서 이루어지는데, 손바느질용의 바늘은 1플로어에 2개 밖에 지급되지 않습니다. 또한, 장인(匠人)이 고안한 유니클로의 독자적인 바늘 가공에 의해, 만에 하나 점포에서 손바느질용 바늘이 발견될 경우, 어느 봉제공장에서 사용한 것인지를 역추적할 수 있습니다.



상품 하나 하나에 대한 검사를 성실하게 실시한다

봉제가 끝난 상품은 1차 검사에서 전량 검사합니다. 그리고, 마지막 다림질 후의 2차 검사에서도 전량 검사를 하고, 포장단계에서도 최종 검사를 실시합니다. 여기까지는 사람의 눈으로 검사하지만, 마지막에는 검침기로 가로와 세로 두 방향에 걸쳐서 전량 조사를 실시합니다. 또한, 제3자 기관에 의한 샘플 감사에서는 전체의 2.5%에 해당하는 상품을, 위탁한 제3자 기관의 직원이 하나 하나 확인합니다.

유아용복의 안심과 안전을 철저히 하기 위하여

유아용복에 관해서는 특히 높은 기준을 마련하고 있습니다. 공장에서는 공기 중의 포름알데히드 기준치 이하인지를 측정하는 기계와 형광색이 사용되고 있지 않은가를 확인하는 장치를 갖추고 있습니다. 또한, 점포에서는 공기 중의 포름알데히드가 부착하지 않도록 모든 유아용복은 개별 포장하여 판매하고 있습니다.



(주)유니클로 상해사무소
생산기술부 장인(匠人)팀(상해)
수석 장인(匠人)
이이다 카즈아키
2000년 입사. 유니클로 입사 전에는 염색 기업과 방직 회사에 근무하며 해외 염색공장의 설립과 해외기업의 기술지도 업무 수행.



「유니클로의 상품을 생산하고 있다」라는 것이 공장에 대한 안심감과 신뢰감을 높여서 다른 기업으로부터도 생산을 수주할 수 있게 된 공장도 많습니다. 즉, 유니클로의 방법론은 중국의 섬유업계 자체의 수준 향상에도 공헌하고 있다고 말할 수 있습니다. 이제부터의 과제는 기술의 전승입니다. 국내에도 일본의 기술을 전하는 사람이 고령화되어 점차 줄어들고 있습니다. 일본의 섬세한 특수 기술은 제대로 전해야 한다고 생각합니다.

(주)유니클로 상해사무소
생산기술부 장인(匠人)팀(상해) 장인(匠人)
시라이시 타카히로
2005년 입사. 유명 어패럴 메이커 출신. 유니클로 입사 후에 바늘 식별 방법과 검침기의 개량 등 참신한 아이디어를 내었다.



고객의 손에 닿을 때, 최소한, 안전성만은 확실하게 보장하지 않으면 안 됩니다. 따라서, 하나 하나의 공정을 항상 체크하고 시스템을 갱신해 갈 필요가 있습니다. 유니클로는 소재의 구입수, 생산수가 매우 많은데, 계약 기준을 엄격하게 적용하여 소재를 구입하고 확인한 범위 내에서 생산 조정을 실시한다고 하는 공장과의 약속을 지키는 회사이기 때문에 신뢰관계가 구축되고 있다고 생각합니다.

「팔고 나서 모르쇠」가 아닌, 고객의 의견에 대한 신속한 대응

생산현장에서는, 안전관리를 착실하게 실시하고 있지만, 문제 발생을 완전히 없애는 것은 불가능합니다. 그렇기 때문에, 유니클로는 언제, 어디서, 무엇이 만들어지고, 어떻게 운반되고 있는가를 정확히 각 공정을 역추적하여 파악하고, 인식하고 있습니다. 만일 고객에게 도달된 상품에 문제가 발견된 경우, 본부와 현지 사무소에서 문제의 상황을 확인하고 곧바로 해당상품의 생산공장을 정확히 알아냅니다. 원인을 역추적하여 조기에 규명하고, 정보를 공개할 수 있는 체제가, 안심할 수 있고 안전한 상품 생산에 커다란 역할을 합니다.



제품 수축에 관한 고객의 의견을 접수하여 샘플 조사에서는 실제로 당기면서 확인

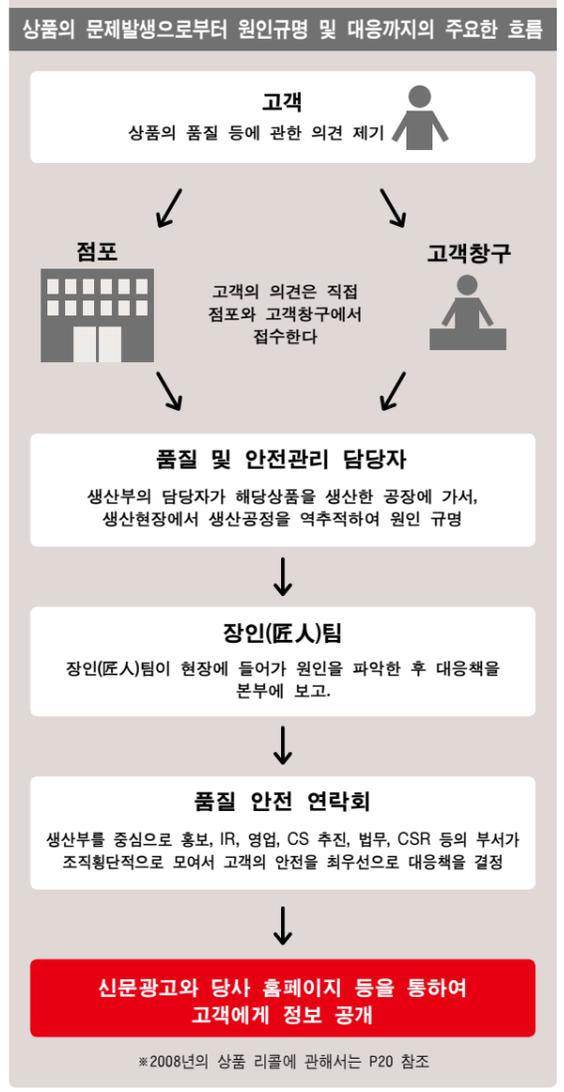
안심할 수 있고, 안전한 상품 생산은 안심할 수 있고, 안전한 공장 만들기로부터

유니클로에서는 거래공장에서의 아동노동과 강제노동 등을 미연에 방지하고 노동 환경을 향상시키기 위해 제3자 기관에 의한 공장 노동 환경 모니터링을 실시하고 있습니다. 실제로 문제가 발견된 경우에는 유니클로의 담당자가 공장을 방문하여, 기한을 설정하고 개선을 촉구한 후, 개선이 이뤄지지 않는 경우에는 거래를 축소하거나 정지합니다.



종업원에 대한 인터뷰도 한다

상세한 내용은 P23 참조



*2008년의 상품 리콜에 관해서는 P20 참조



©카미오카 신스케(北岡伸輔)

토픽 2

높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다

옷의 가치를 최대한으로 살리기 위해 유니클로의 「전상품 리사이클 활동」

유니클로에서는 고객이 불필요해진 상품을 점포에 맡겨주시면 의류 지원을 통해 재이용하거나 혹은 연료로 리사이클하는 활동을 추진하고 있습니다.

「전상품 리사이클 활동」의 과정과 2008년도의 실적



2008년도에 지원한 나라



* 회수량에는, 현재 지원처를 조사 검토 중인 것도 포함되어 있습니다.

대상은 유니클로에서 판매한 모든 상품. 점포에서 직접 맡아서 재이용 혹은 리사이클

상품의 기획부터 제조, 판매까지 일관하여 관리하는 유니클로에서는 고객이 오랫동안 입으실 수 있는 「정말 좋은 옷」을 생산하는 것은 물론, 이용하신 후의 상품을 맡아서 재이용하는 것도 중요한 책무라고 생각하고 있습니다.

2001년에 시작한 「후리스(fleece) 리사이클 활동」과 2006년부터 회수 대상을 유니클로에서 판매한 모든 상품까지 확대한 「전상품 리사이클 활동」은 이러한 생각 하에 의류를 마지막까지 아낌없이 활용하는 것을 목적으로, 고객으로부터 상품을 회수하여 재이용 및 리사이클하는 활동입니다. 현재 연 2회, 3월과 9월에 유니클로 점포에서 하고 있습니다. 고객이 가지고 오실 때에는 반드시 세탁하여 주시길 부탁드립니다. 상태가 좋은 것은 세계 각지의 난민 캠프에 기증하고 있습니다. 또한, 기증하지 않는 물품들은 전기 에너지를 위한 연료와 공업용 섬유로 리사이클되고 있습니다.

회수한 의류의 대부분을 전세계 난민 캠프에 기증

회수한 의류의 약 90%는 탄자니아, 우간다, 이디오피아 등지의 난민 캠프에 기증하고 있습니다. 난민 캠프는, 살고 있는 곳으로부터 입고 있던 옷만 걸친 채 도망쳐 오기 때문에, 물과 식량은 물론이지만 의류도 부족합니다. 그러한 비위생적인 환경이 감염증을 만연시키는 요인 중 하나입니다. 활동을 개시한 당초에는 연료화 리사이클을 주요한 재이용 방식이라고 생각하고 있었지만, UNHCR (국제연합 난민 고등변무관 사무소)*1의 협력을 얻어, 난민 캠프에서 의류가 매우 필요하다는 것과 의류의 역할이 중요하다는 것을 재인식하여, 리사이클 중심에서 재이용 중심으로 활동을 전환시켰습니다.

앞으로도 UNHCR을 비롯한 다양한 기관과 협력하여 난민 캠프 뿐만 아니라, 의류를 필요로 하는 사람들에게 한 벌이라도 더 많은 의류를 전달하기 위해 활동을 넓혀 가겠습니다.

*1 UNHCR: 세계 3,170만명 이상의 난민 및 피난민 등의 보호와 지원을 실시하고, 문제해결을 모색하는 국제연합 기관.

Comment 01



(주)패스트 리테일링 그룹 CSR부 코시바 에이코

본업에 기반한 활동을 계속적으로 추진해 가기 위하여

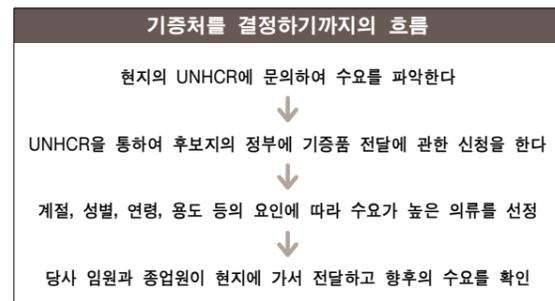
고객이 맡겨주신 소중한 옷이기 때문에, 저희 종업원들이 실제로 현지에 가서, 확실하게, 필요로 하는 분들에게 제대로 전달되었는가를 확인하면서 추진하고 있습니다. 저 자신이 이디오피아 난민 캠프를 방문했을 때, 젊은 여성들이 「나는 이 색이 좋아」, 「당신은 이 색으로 하면 좋겠네요」 하면서 서로 즐겁게 옷을 고르고 있는 모습을 보고, 의류가, 닫혀진 난민 캠프 속에서, 아주 작지만, 사람들의 생활에 여유를 줄 수 있다는 것을 깨닫게 되었습니다. 직접 피부로 느꼈기 때문에 알 수 있는 감각을 소중하게 간직하면서 앞으로도 활동을 추진해 가고자 합니다.

의류 지원에서 자립 지원으로

「전상품 리사이클 활동」의 확산

정말로 필요로 하는 분들에게 확실하게 전달하기 위하여

유니클로가 의류를 지원하는 국가와 지역은 매해 다릅니다. 그것은 고객들로부터 위탁받은 나눔의 정신과 의류를, 정말로 필요로 하고 있는 사람에게 책임감을 갖고 전달하기 위하여 매회마다 수요를 조사하여 지원하는 국가와 지역을 선정하고 있기 때문입니다. 수요 조사는 단순히 의류 부족의 상황에 머물지 않고, 계절, 수요가 많은 사이즈, 종교상 입는 것이 꺼려지는 색 등 현지의 문화에 관한 것까지 다양한 항목에 걸쳐 이루어집니다.



고객이 맡겨주신 의류를 종업원이 책임감을 갖고 전달한다

의류는 안전과 위생을 보호하는 것 뿐만 아니라, 생활의 여유, 자기표현의 수단 등 물과 식품만으로는 이룰 수 없는 다양한 수요를 만족시키는 것이 가능합니다. 또한, 그러한 역할과 필요는 국가와 지역, 또한 시기에 따라 미묘하게 변화합니다. 유니클로에서는 UNHCR을 통하여 현지의 상황을 외무성의 안전기준 등에 따라 면밀하게 조사한 후에 난민 캠프를 방문하는데, 실제로 가 보고 나서 새롭게 깨닫게 되는 것도 적지 않습니다. 종업원이 실제로 현지에

감으로써, 고객이 맡겨주신 의류를 확실히 전달한다는 책임을 수행함과 더불어 이후의 활동에도 계승되는 귀중한 경험을 얻을 수 있다고 생각합니다.

자립 지원을 위한 기술과 도구를 제공 「전상품 리사이클 활동」의 확대

이제까지는 회수한 의류를 재이용하는 단순한 의류 지원을 기본으로 하고 있었지만, 활동을 계속하는 가운데 이제부터는 현지의 자립 지원에 대한 필요성도 높다고 생각하고 있습니다.

그러한 자립 지원의 제1탄으로서 2009년에는 「재봉틀」과 「옷감」도 제공할 예정입니다. 또한, 이러한 물적 지원 이외에도 「봉제」로 대표되는 옷 만들기의 기본적인 「기술」의 전달도 가능할 것이라고 생각하고 검토 중에 있습니다.

UT STORE HARAJUKU. 등의 점포에서 「아시아, 아프리카 난민 캠프 사진전」을 개최

일본에서의 역할을 끝내고 나서 회수된 의류가 어떤 공정을 거쳐서, 선정된 난민 캠프에서 배부되고, 난민 캠프에서 어떤 역할을 하고 있는가를 소개하는 「아시아, 아프리카 난민 캠프 사진전」을 UT STORE HARAJUKU.와 코베 하버랜드점에서 개최하였습니다.

전시회장에는 유니클로의 상품을 맵시있게 코디네이트하여 입고 있는 모습과 함께, 병원에서 진료 순서를 기다리는 행렬 등 난민 캠프의 어려운 현실을 전하는 사진도 전시하여, 유니클로가 지금 실천하고 있는 것, 또한 이제부터 실천해야 할 것의 가능성을 시각적으로 전하는 사진전이 되었습니다.

앞으로도 고객과 전상품 리사이클 활동을 연결하는 다양한 커뮤니케이션 활동을 전개해 갈 예정입니다.



유니클로 T셔츠에 전통적인 악세사리가 잘 어울린다



일본에서 가져온 의류를 손수 전달한다



패스트 리테일링 CSR 담당 임원도 참가



직원들을 전통 민족무용으로 맞이해 주었다



재봉틀로 자수를 놓는 여성과 완성된 작품



유니클로 T셔츠를 입고, 젊은이의 얼굴에 웃음이 돌아온다

「세계를 좋은 방향으로 바꿔나가기」 위하여

현재 점포에서 회수하고 있는 매수는 연간 130만 매 이상입니다. 유니클로의 연간 총생산수 4억 벌에 비교하면 회수한 수는 생산수의 겨우 0.3% 정도에 지나지 않습니다. 앞으로는 고객과 전상품 리사이클 활동을 연결하는 다양한 노력을 전개해 나아감과 동시에, 더 나은 활용방법에

대해서도 검토해 갈 생각입니다. 또한, 현재 회수하고 있는 것은 국내에 있는 유니클로 점포 뿐이지만, 글로벌한 점포 전개와 더불어 해외 거점에서도 회수할 수 있는 시스템을 정비해 가는 것을 검토하고 있습니다.

상품의 라이프 사이클을 장기화하는 것, 그리고, 의류가 가지는 가능성을 모든 방향에서 검토하고 「세계를 좋은 방향으로 바꿔나가기」 것을 목표로 하고 있습니다.

Comment 02



UNHCR 주일사무소 부대표 키시모리 하지메 씨

국제기관에서는 하기 어려운, 민간기업이기 때문에 가능한 지원활동에 기대

지금 우리 UNHCR가 노력하고 있는 것은 난민 혹은 난민 지원의 이미지를 바꾸는 것입니다. 유니클로의 전상품 리사이클 활동은 국제기관에서는 하기 어려운 「의류」의 지원을 통해서 난민의 생활에 「여유」와 「자기표현」을 가져다 주고 있습니다. 또한, 안 입게 된 자신의 옷이 누군가에게 도움이 된다는 점에 있어서, 그야말로 가족적인 지원이며, 정장을 입고 하는 외교도 아니고, 작업복을 입고 하는 우물파기도 아닌, 그야말로 「평소 옷차림의 난민 외교」라고 말할 수 있습니다. 유니클로가 가져다 준 포지티브한 멋진 이미지는 난민 지원에 있어서 매우 의의가 큰 것입니다. 앞으로도 지속적인 활동을 기대하고 있습니다.

Comment 03



패션 디자이너 시부야 저니 씨

마음의 풍요로움을 제공하는 옷은 그 무엇도 대신할 수 없는 것입니다

부친이 미얀마의 정치난민으로 8살 때 조국을 떠나 일본에 왔습니다. 현재는 패션 디자이너로서 일하는 한편, UNHCR의 난민지원활동에도 참가하고 있습니다. 난민에게 있어 물과 식품도 중요하지만, 인간이 인간으로서 안전하게 생활하고, 자기표현이 가능하도록 하고, 마음의 풍요로움을 제공할 수 있는 옷도, 다른 것들이 대신할 수 없는 중요한 것입니다. 저 자신, 난민이라는 것을 감추었던 시기도 있었지만, 현재는 자신의 출신을 밝히는 것을 통해 조금이라도 많은 사람들이 난민문제에 관심을 갖는 계기가 만들어졌으면 좋겠다고 생각합니다.

고객과 함께

전세계의 고객에게 안심할 수 있고, 안전한, 고품질의 상품을 전달하기 위하여

고객의 의견에 대해서 성실하고 신속히 대응하는 것을 기본으로 하고 있습니다. 폭넓은 고객의 의견을 듣는 것이 가능하도록 다양한 채널을 준비하고, 고객 만족도의 향상을 목표로 하고 있습니다.



고객에 대한 패스트 리테일링의 자세



(주)패스트 리테일링
그룹 CS추진부 부장
타카하시 아키히토

고객을 위한 다양한 활동을 합니다

「고객의 의견에 어떻게 대응하고 있습니까?」

전종업원이 고객의 의견을 공유하고, 각 부서가 신속하게 대응하고 있습니다

패스트 리테일링 그룹에는 주력사업인 유니클로를 중심으로 엽서와 전화, 전자메일 등의 방법으로 연간 10만 건에 가까운 고객의 의견이 전달되고 있습니다. 고객으로부터 받은 의견은 고객 센터가 정리하여, 전종업원에게 매일 전자 메일로 공유하도록 하는 시스템을 수 년전부터 도입하고 있습니다. 그리고, 회신이 필요한 사항에 관해서는 사내의 각 부서에서 즉각 검토하여 그 결과를 고객에게 보고합니다. 점포에서 고객이 느낀 것을 전사원이 실시간으로 공유할 수 있는 시스템을 만드는 것이 고객에 대한 책임을 다하는 첫 걸음이라고 생각하고 있습니다.

고객으로부터 접수된 의견의 내역은 크게 나누면, 1.칭찬, 2.불만, 3.요망 및 문의, 3가지입니다. 고객의 불만을 해소하는 것은, 당연히, 가장 중요하고, 「불만 제로」의 실현을 목표로 저희들은 매일 업무 개선에 노력하고 있습니다.

「고객으로부터의 요망과 제안을 업무에
활용하는 시스템은 있습니까?」

시스템의 강화에 노력하고 있습니다

고객의 입장에서 볼 때는, 고객이 저희들에게 요망과 제안을 해도 직접적으로는 어떤 메리트도 없습니다. 하지만, 그래도 연간 수 만 건의 경청할 만한 의견을 주시고 있습니다. 이것은 패스트 리테일링에 대한 고객의 기대가 크다는 것을 의미하는 것이고, 따라서, 그것에 성실성의껏 대응하는 것이 저희들의 사명입니다.

하지만, 현재, 고객의 불만 사항들에 대처하는 노력은 일정한 성과를 거두고 있지만, 요망 및 제안을 사업에 활용해 가는 것에 있어서는 아직까지 충분하지 않습니다. 앞으로, 사내의 각 부문이 협력하여, 제안과 요망의 내용을 정리, 분석하여, 상품개발과 마케팅, 서비스 향상에 활용하는 체제를 강화해 가고자 합니다.

「그룹 기업의 CS*1를 위한 노력을 알고 싶습니다」

유니클로의 경험을 살린 CS 체제의 구축을 목표로 하고 있습니다

또 하나의 CS 과제로서 글로벌화, 그룹화에 대한 대응을 꼽을 수 있습니다. 사업의 무대가 급속하게 세계 각지로 넓어지고, M&A 등에 의해 그룹 회사의 숫자도 증가하는 가운데 고객의 의견을 어떻게 받아들이고, 사업에 반영해 가아가 중요한 과제가 되고 있습니다. 현시점에서 저희들의 CS 활동은 국내 유니클로가 중심이라는 것은 부정할 수 없습니다. 현재 유니클로에서 배양한 다양한 노하우와 경험을 어떻게 해외 유니클로 및 유니클로 이외의 사업에 활용해 갈 것인가를 검토하는 작업에 착수한 단계입니다. 그룹의 각 기업과 각국마다 문화가 다르지만, 전세계의 어떤 그룹 회사에서도 「고객의 입장에 입각한다」라는 패스트 리테일링의 가치관을 체현한 CS 활동을 실현할 수 있도록 노력해 가겠습니다.

*1 CS: Customer Satisfaction(고객 만족)

기본방침

패스트 리테일링에게 있어서 가장 중요한 존재는 「고객」입니다. 저희들의 모든 기업활동은 고객에게 기쁨을 주고 만족을 주기 위해 존재합니다. 상품, 매장, 서비스, 커뮤니케이션 등 판매에 관련된 활동에 관해서는 물론이지만, 조직체제 만들기과 경영계획, 그 외의 모든 경영시책에 관해서도 「고객의 입장에 입각」하는 것을 항상 의식하며 노력하겠습니다.

고객의 의견을 사업활동에 활용하기 위하여

고객의 의견을 서비스 향상과 상품개발에 활용하기 위하여

유니클로는 메일과 전화, FAX 등에 의한 고객창구를 설치하고, 연중무휴로 질문을 접수하고 있습니다. 또한, 유니클로의 점포에서는 고객에게 「서비스에 관한 양케이트」를 배부하고 고객의 의견을 직접 접수하고 있습니다.

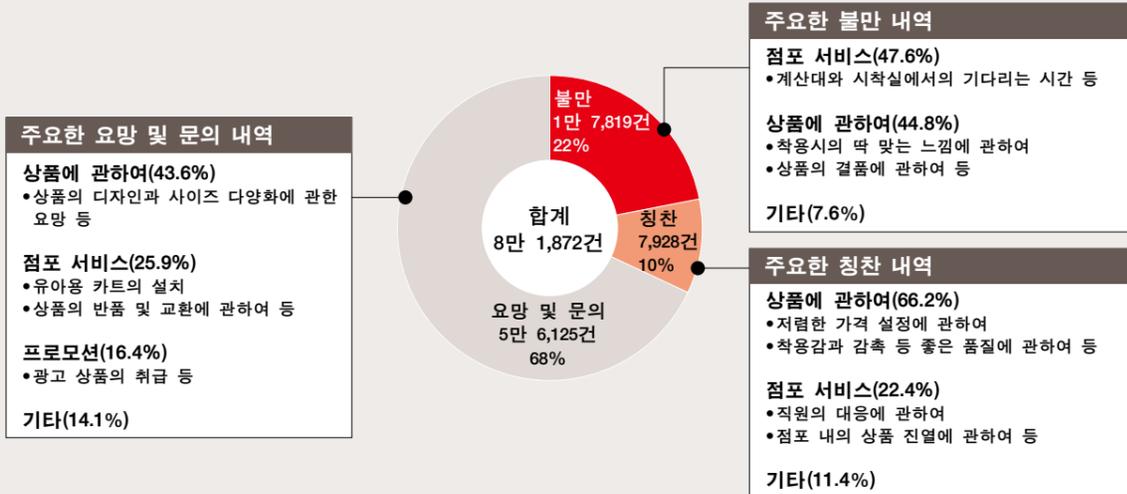
이러한 의견들은 CS 추진부가 정리하여 신속하게 관련부서와 경영진에 보고하고 있습니다. 2008년도에 접수된 의견 및 요망에서는 특히, 봄비는 시간에 있어서의 계산대와 시착실에서의 기다리는 시간에 관한 의견을 많이 받았습니다. 그것에 대하여 모든 점포에 주의를 환기시키고, 직원의 배치를 재조정하고, 개선 사례를 공유하는 등 서비스 향상에 활용하고 있습니다.

CS 향상을 위한 시책

유니클로는 CS 향상을 위하여接客 및 대면판매를 전문으로 하는 직원을 점포에 배치하는 「서비스 어텐던트 (Service Attendent) 제도」를 도입하고 있습니다. 또한, 「CS 점포상」과 「CS 직원상」 등 평소 점포와 직원이 고객으로부터 받는 칭찬을 점수화하여 직원과 점포를 포상하는 제도를 마련하고 있습니다. 또한, 점포시설 내에서 슬로프와 휠체어용 화장실을 설치하고, 유아용 카트를 도입하고, 맹도건의 출입을 가능하게 하는 등 모든 분들이 기분 좋게 쇼핑을 할 수 있는 점포 만들기에 노력하고 있습니다.



2008년도에 고객으로부터 접수된 의견 집계 결과



안심할 수 있고, 안전한 상품을 전달하기 위하여

고객에게 전달되기까지의 철저한 품질 및 안전관리 체제

유니클로는 사업전개를 하고 있는 미국과 EU 각국 등 국가와 지역을 넘어서 각국에서 제정되어 있는 안전기준 가운데 가장 엄격한 것을 「유니클로의 글로벌 품질 및 안전기준」으로 채용하고 있습니다. 이런 기준들은 본부와 상해사무소에 있는 생산부 내의 「품질 및 안전관리 담당자」가 중심이 되어 생산공장과 연계하면서, 모든 유니클로 상품이 이 기준을 만족시키고 있는가를 확인하고 있습니다. 확인한 정보는 관련부서간 공유하고 있으며, 「상품 품질 고객대응부」가 중심이 되어 고객의 문의에 원활하게 대응할 수 있는 체제를 갖추고 있습니다. 또한, 「안전에 관한 보고서」를 매월 전사에서 공유하여 상품에 관여하고 있는 담당자의 계발과 품질 개선에 도움이 되도록 하고 있습니다.

품질과 안전성을 지키는 「장인(匠人)」의 탁월한 기술력과 축적된 경험

유니클로에서는 중국을 비롯한 해외사무소에 「장인(匠人)」이 상주하고, 생산현장에서의 기술지도, 공정관리, 인재육성을 담당하고 있습니다. (장인(匠人)에 관한 상세한 설명은 P9-12 참조)

상품 리콜에 관하여

2008년 9월과 11월에 상품 불량에 의한 2건의 상품 리콜을 실시하였습니다. 반복되는 상품 리콜에 의해 고객에게 심려를 끼치고 불편함을 드린 것을 깊이 반성하여, 유니클로의 검사 및 검품 체제의 강화와 재발방지를 위하여 품질 안전관리 체제의 재구축을 더욱 더 철저히 하겠습니다.

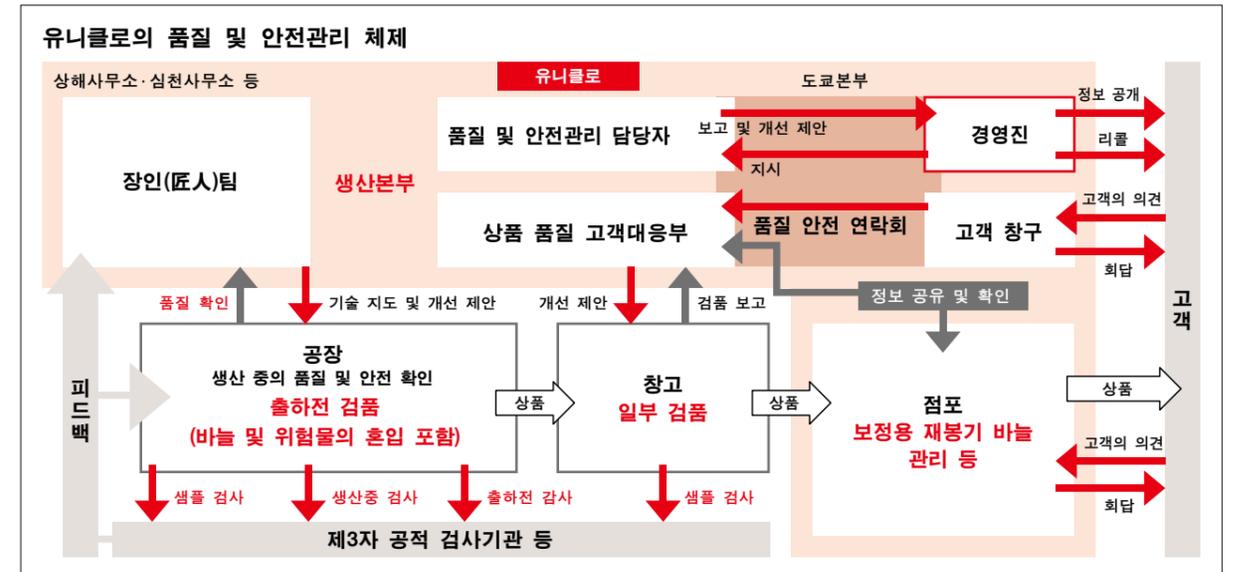
2008년의 리콜 상품 개요

- 2008년 9월**
 - 리콜 대상 상품: 보아 후리스(boa fleece) 휴대용 무릎담요+가방 보아 후리스(boa fleece) 롬 슈즈
 - 리콜 이유: 기모침(起毛針)(기모(起毛) 브러시)의 금속조각의 혼입
 - 발생건수: 17건(판매총수 16,184점 중 1건 / 참고재고수 63,189점 중 16건) 발생
- 2008년 11년**
 - 리콜 대상 상품: 「KIDS (GIRLS) 스트레치 슬림 스트레이트 진」
 - 리콜 이유: 하트 모양 리벳(금속 장신구)의 부착 불량에 의해 안쪽 금속의 일부가 돌출된 상품을 발견
 - 발생건수: 11건(판매총수 64,998매 중 2건 / 재고수량 16,145매 중 9건) 발생

안전성에 관하여 제3자 기관에 의한 수 차례의 품질검사

상품에 사용되는 모든 소재는 제3자 공적 검사기관 등에 의한 「샘플 검사(염색견뢰도 검사*1, 포르말린 검사*2 등)」를 실시하여 안전성을 확인하고 있습니다. 또한, 양산시에는 「생산중 검사」를 실시하는 외에도 공장 출하시에는 모든 상품의 「출하전 검품」을 행하고 있습니다. 또한, 생산 파트너 공장에서 검사가 확실하게 이루어졌는가를 확인하는 「출하전 검사」를 제3자 기관과 협동으로 실시하고 있습니다.

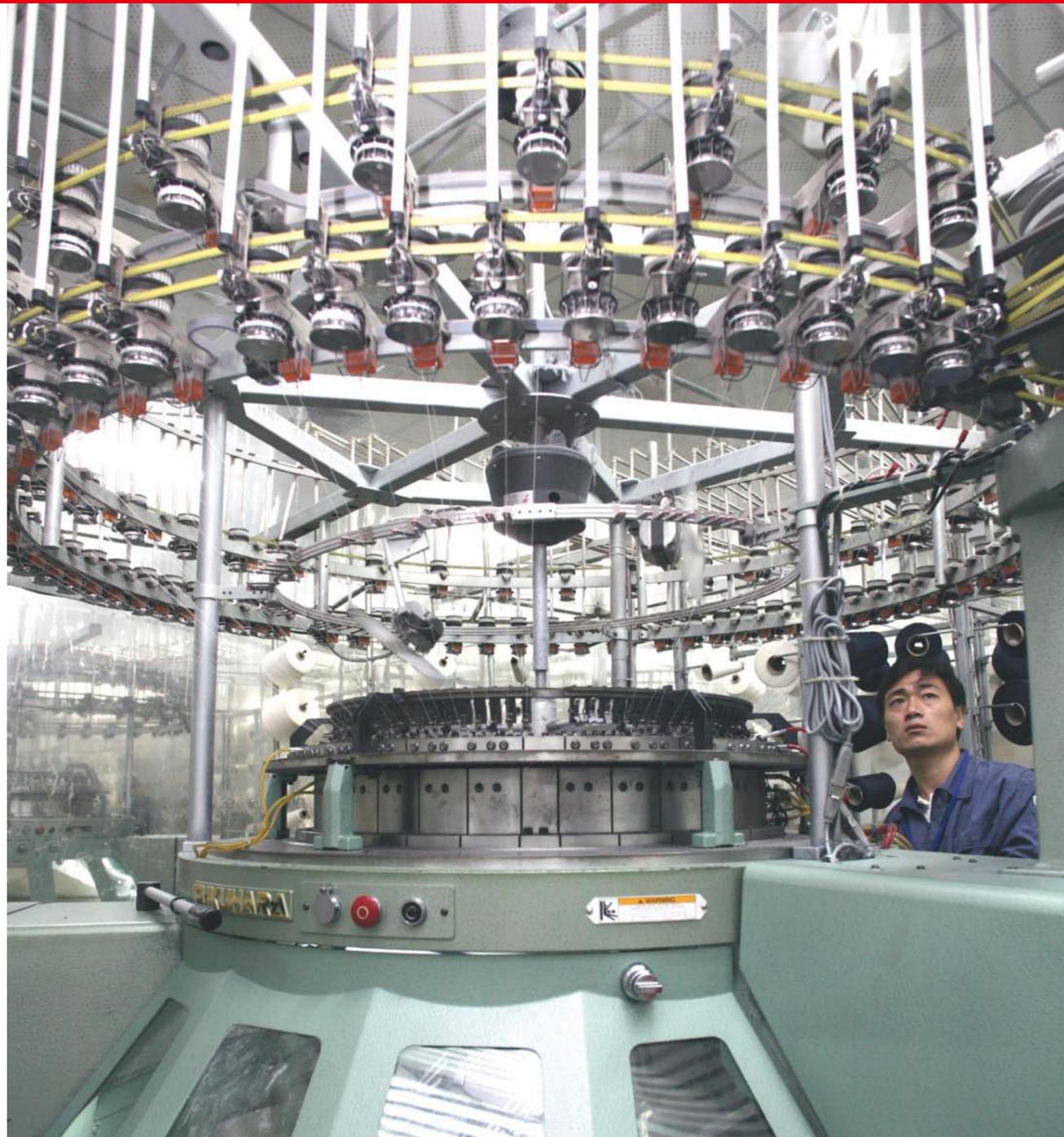
*1 염색견뢰도 검사: 염색된 상품 고유의 내구성 검사.
*2 포르말린(포름알데히드) 검사: 포름알데히드는 줄어들을 방지하기 위한 방축제(防縮劑), 주름방지제와 유연제로서 천연섬유의 가공에 이용된다. 특히, 피부가 민감한 분은 습진과 염증, 피부 알레르기 등을 일으킬 가능성이 있다.



거래기업과 함께

생산 파트너와 일체가 되어 강력한 신뢰관계를 구축하여 세계 최고 품질을 실현

고품질의 상품을 제공하기 위하여 거래기업에 있어서의 품질 및 안전관리 체제와 윤리경영의 철저화 등 다양한 시책을 실천하고 있습니다.



거래기업에 대한 패스트 리테일링의 자세

함께 「올바름」을 추구한다 거기에서 진정한 파트너십이 탄생한다



(주)패스트 리테일링
생산본부 집행 임원
나가이 히로시

서로가 지혜를 짜내어 함께 성장한다

저희들이 거래기업과 상대할 때, 서로가 비즈니스이기 때문에 당연히 이익을 올리지 않으면 안 됩니다. 파트너십은 마음만 가지고는 성립하지 않습니다. 그것은 사실이지만, 그렇다고 단지 「이 물건을 언제까지 주십시오. 가격은 얼마입니다.」 라는 것만으로는 진정한 파트너십은 태어나지 않습니다.

저희들이 중국을 비롯한 해외의 공장에서 하고 있는 것은 「물건만을 주고 받는 거래가 아니라, 문제를 함께 해결해 나가고자 하는 노력」이라고 생각하고 있습니다. 전세계의 고객에게 좋은 옷을 제공하고, 기쁨을 선사하는 것. 그것을 위해서 서로가 지혜를 짜내고, 함께 성장하는 것. 그것이 「문제를 함께 해결해 나가고자 노력하는 것」입니다. 그러한 이념을 공유한 일심동체와 같은 관계만이 진정한 파트너라고 할 수 있다고 생각합니다.

신뢰관계를 구축하는 데 있어 FR WAY는 커다란 지침이 됩니다

최근 십 수년간 중국을 중심으로 상품을 생산해 왔습니다. 「장인(匠人)팀」도 들어가서 상품 생산의 질은 한층 향상되고 있습니다. 최근 방글라데시와 베트남 등에서도 생산을 확대하고 있는데, 그러한 새로운 지역에서 함께 일할 회사를 어떻게 찾을 것인가. 최근 1년 동안 그것을 위한 노력을 거듭하고 있습니다.

거래기업의 대응은 다양합니다. 하지만, 그 중에는 저희들과 함께 견실한 노력을 계속하면 기술력도 높아지고, 더 좋은 품질의 상품을 만들어서 함께 성장하는 것이 가능할 지도 모른다고 생각하는 경영자도 있습니다. 「이 회사는 신용할 수 있다」라고 생각할 수 있는 신뢰관계를 구축하는 데에 명문화된 FR WAY는 커다란 지침이 되고 있습니다.

예를 들면, 거래공장의 노동환경에 관한 이야기를 들더라도 결국에는 서로가 노력하여 해결할 수 밖에는 없습니다. 매월, 그리고, 매주, 같은 페이스로 생산할 수 있으면 잔업 문제는 발생하지 않습니다. 하지만, 상품에는 수요의 변동이 있습니다. 판매 수요에 변동이 생기기 때문에 그것은 어쩔 수 없습니다. 이 모순을 어떻게 해결할 것인가. 저희들의 사업 진행 방식, 발주 방식 등이 원인이 되어 거래공장에 부하가 걸린다면 그 원인은 제거하지 않으면 안 됩니다. 서로가 의논하여 어떻게 하면 효율이 좋아질 것인가, 어떻게 하면 작업을 표준화할 수 있을 것인가를 해결하기 위하여 「올바른 것」, 「더 높은 기준」을 목표로 작업 프로세스 전체를 재조정할 필요가 있습니다.

상대의 얼굴을 마주 보는 신뢰관계가 저희들의 강점입니다

물건 만들기는 논리적인 것으로, 정확하게 단계를 설정하여 그대로 공정을 정확하게 진행시키면 틀림없이 제품이 만들어집니다. 불가능하다면 어딘가에 문제가 있는 것입니다. 그 문제에 관해서 회사 대 회사로 서로가 지혜를 짜내면서 철저하게 재조정하고, 하나 하나 정확한 공정을 만들어 가는 것, 그것을 반복하는 것 외에는 방법이 없습니다.

혹시라도 상품에 문제가 발생했을 때, 원인을 현장에서 정확히 파악하고 신속하게 대책을 세울 수 있는 것도 그러한 노력을 통하여 상대의 얼굴을 마주 보고 있기 때문입니다. 이러한 체제는 침묵하고 있어서는 성립하지 않습니다. 파트너로서의 강한 신뢰관계가 필요합니다. 그 부분이 저희들의 강점이고 고객에 대한 책임이라고 생각하고 있습니다.

기본방침

패스트 리테일링은 경영진의 임무, 타기업과 거래시의 자세, 사고방식 등 모든 기업활동에 있어서 「올바름」을 최우선시합니다. 기업으로서 법령을 준수하고, 공정함을 잃지 않도록 노력하는 것은 물론, 종업원 한 명, 한 명과 거래기업에 대해서도 「올바른」 행동을 요구하고 있습니다.

생산공장의 노동환경 모니터링

모니터링 실시와 그 포인트

유니클로는 중국을 비롯한 아시아 지역을 중심으로 약 70개 회사의 생산 파트너와 일체가 되어 상품의 안전관리와 생산효율의 향상, 품질의 추구에 노력하고 있습니다. 또한, 상품이 아동노동과 강제노동 등이 없는 적절한 환경 하에서 생산되고 있는가를 정기적으로 체크하고, 개선을 진행함과 동시에 정보공개를 행하고 있습니다. 구체적인 노력으로서 2004년부터 「생산 파트너에 대한 코드 오브 컨덕트(행동규범, 이하CoC로 함)」를 제정하고 서약서에 서명한 주요 봉제공장을 중심으로 제3자에 의한 노동환경 모니터링을 실시하고 있습니다.

모니터링 결과에 기반한 팔로우업

모니터링 결과는 유니클로의 기준에 의거하여, A~D의 4단계로 평가하고 있습니다. 상황의 심각도에 따라서는 즉각적으로 거래관계 재고의 대상이 되는데, 유니클로가 가장 중시하고 있는 포인트는 「아동노동의 금지」, 「강제노동의 금지」로 이것들을 준수하지 않는 경우는 가장 낮은 「D」 평가가 됩니다. 이 경우 유니클로의 담당자가 파트너 공장을 방문하여 최우선으로 개선을 취하도록 의뢰한 후에, 개선상황을 확인(팔로우업 모니터링)하고 있습니다. 팔로우업 모니터링의 실시 후에도 개선이 이루어지지 않는 경우는 거래 축소와 중지의 대상이 됩니다.

모니터링 기준의 재조정에 관하여

2004년에 제정한 모니터링 기준에 기반한 평가를 더욱 현재의 상황에 맞는 것으로 만들기 위하여 평가기준의 재조정을 실행하였습니다. 2009년도에는 우선 파트너 공장들에 대해 새로운 기준을 설명하고, 패스트 리테일링의 생각을 이해시킨 후에, 새로운 기준에서의 모니터링을 개시할 예정입니다. 또한, 앞으로 유니클로 이외의 그룹 회사의 파트너 공장에도 모니터링 대상을 확대해 갈 것입니다.

모니터링 평가의 항목과 2008년도말 시점의 결과

(81공장 대상)

평가	해당항목	2008년도
A	환경보전 기숙사의 안전 및 위생 사내 규정예외 반영	2%
B	억압 및 폭력(harassment) 차별 노동 안전 및 위생 조합결성의 자유 임금과 제수당 노동시간	67%
C	모니터링의 수용 태도(중요한 서류의 불비) ※노동계약, 노동시간의 기록 등	27%
D	아동노동 강제노동	4%

2008년도의 모니터링시의 D평가의 구체적인 사례

- 모니터링시의 종업원 인터뷰 가운데 「관리자가 종업원에 대하여 정신적인 고통을 주는 발언이 있었다」는 것이 발각되어 D평가가 되었다. 공장측에 엄중주의 조치를 하고, 이후의 팔로우업 모니터링에서 개선여부를 확인하였다.
- 공장의 규정 가운데 「퇴직시에 위약금 500위안이 필요」라는 규칙이 있어서, 강제 노동에 해당할 가능성이 있기 때문에 수정을 요청. 다음 팔로우업 모니터링에서 개선 여부를 확인할 예정이다.
- 1명의 노동자가 과거에 만 16세의 생일 약 1개월 전인 15세에 입사한 것이 발각. 모니터링시에 그 노동자는 이미 만 16세에 달해 있었다. 입사시의 ID카드의 체크가 철저하지 못 했던 것이 원인이었기 때문에 앞으로는 체크를 철저히 할 것을 요청하고, 팔로우업 모니터링시에 개선 여부를 확인하였다.



공정하고 성실한 거래를 위하여

기업거래 윤리위원회의 설치

(주)유니클로는 거래기업과 대등하고 우호적인 파트너십을 구축하기 위하여 2004년에 「기업거래 윤리위원회」를 설치하고, 「우월적 지위의 남용행위방지 가이드라인」을 제정하였습니다. 이 가이드라인에 기반하여 기업간 거래의 룰에 대한 사내의식의 향상에 노력하고 있습니다.

거래기업 앙케이트 조사(제5회)를 실시

(주)패스트 리테일링과 (주)유니클로에서는 모든 부서에 대하여 4반기에 한 번 거래기업과의 트러블의 유무에 관하여 조사를 하고 있습니다. 또한, 거래기업에 대해서는 연 1회 앙케이트 조사를 실시하여, 저희 임원과 종업원의 행동에 문제가 없었는가를 확인하고 있습니다.

2008년도의 조사에서는 종업원의 거래상담시의 매너와 태도에 대한 의견, 또한 거래조건에 관한 의견을 들었습니다. 문제사례에 관해서는 기업거래 윤리위원회에서 심의하여, 필요에 따라서는 더욱 상세한 조사를 실시한 후에 개선조치를 취하고 있습니다.

2008년도 거래기업 앙케이트의 결과

- 실시: 2008년 7월 ~ 8월
- 대상: 패스트 리테일링 및 유니클로의 주요 거래기업
- 앙케이트 회수 건수: 국내 202사/258사 (회수율 78%)
해외 51사/73사 (회수율 70%)
- 앙케이트 결과의 구체적인 코멘트 사례:
 - 계약서에서 정한 조건 이외의 납기와 기한의 요구가 있었다
 - 전화와 면담시의 대응이 적절하지 않았다
- ➔ 거래기업의 익명성을 엄중하게 유지하고, 허가를 얻은 후에 저희 기업의 담당자에게 피드백하고 개선하도록 지도함과 동시에, 간부 대상 회의에서 재발방지를 촉구하였다.

기업거래 윤리위원회에 관하여

- 내용: (주)유니클로가 우월적인 지위를 이용하여 거래기업(생산공장, 납입업자 등)에게 부당한 압력을 가하는 행위를 미연에 방지하는 것을 목적으로 설립.
- 개최시기: 원칙 월 1회 개최. 심의 안건이 있으면 필요시에 소집.
- 멤버: CSR 담당 임원이 위원장을 맡고, 위원으로는 상근 감사, 변호사 자격과 공인회계사 자격을 가진 사외 감사, 고문 변호사 등이 참가.
- 심의 내용: 거래의 축소 및 정지와 손해배상 청구의 타당성 등에 관한 심의.
- 2008년의 심의 건수: 32건



종업원과 함께

「회사」와 「한 사람 한 사람」이 함께 성장할 수 있는 일하기 편하고 안전한 직장 만들기를 추진

다양한 인재가 활약할 수 있는 장을 창조하고,
다양한 인재가 있기에 가능한 사업을 전개해 나가겠습니다.



종업원에 대한 패스트 리테일링의 자세

「개성」을 존중하고, 회사와 개인의 성장을 실현한다



(주)패스트 리테일링
그룹 인사 집행 임원
와다 히로츠구

키워드는 「다양성」

조직 전체가 평등하고, 투명성이 높고, 연령과 성별, 국적 등에 관계없이 정당하게 평가 받고, 누구라도 자신의 의견과 생각이 있다면 거침없이 발언합니다. 패스트 리테일링의 좋은 점은 그러한 기업풍토에 있다고 생각합니다.

하지만, 예를 들어 현재는 집행임원에 외국인은 3명, 여성은 1명 밖에 없습니다. 일본 국내 뿐이 아닌 글로벌 넘버 원을 목표로 한다면 집행임원과 부장급도 절반은 여성, 절반은 외국인으로 구성될 정도가 되지 않으면 진정한 글로벌 기업이 되는 것은 어려우며, 이것은 기업의 사회적 책임이라고 생각하고 있습니다. 사회에 대한 책임을 다하고, 사회로부터 존경받는 기업이 되어 우수한 인재를 모으는 선순환을 만들어 내는 것은 매우 중요한 일입니다. 그러기 위해서라도 종업원에 대한 키워드는 「다양성」입니다.

개인의 행복과 회사의 성장을 어떻게 양립시켜 갈 것인가를 생각한다.

다양성을 추진하는 것의 중요성은 거듭 강조할 필요도 없지만, 그것은 「개성의 존중」이 있고 나서 비로소 실현할 수 있는 것입니다. 개인의 행복과 회사의 성장을 어떻게 양립시켜 갈 것인가를 생각하지 않는 한, 다양한 문화의 차이를 뛰어 넘어 글로벌 리더가 될 인재의 육성은 어려울 것입니다.

앞으로, 패스트 리테일링 그룹에서는 모두에게 같은 잣대를 적용하는 인사제도 하에서 동등한 기준으로 평가되고, 능력과 성과가 같다면 같은 처우를 받는 체제를 만들어 가고자 합니다. 그룹 내에서 능력 있는 사람이 자유롭게 움직이고, 그들이 활약할 수 있는 장이 주어지고, 패스트 리테일링의 글로벌 비즈니스에 있어서 리더십을 발휘할 수 있는 방향으로 추진해 가겠습니다.

단순한 발상으로 올바른 것을 행한다

장애인 고용에 관해서는, 저희들은 이전부터 적극적으로 추진하고, 사회적으로도 높은 평가를 얻고 있습니다. 그 근처에 있는 발상은 단순한 것으로, 사회에는 장애가 없는 사람도 있고, 장애인도 있다는 것입니다. 저희들의 고객도 그렇습니다. 그렇다고 한다면 저희들의 직장도 그래야 한다는 생각에서, 일본의 유니클로에서는 점포마다 한 명 이상 장애인을 고용하고 실제로 점포에서 활약하도록 하고 있습니다. 단순한 발상으로 올바른 것을 한다. 본질적인 것을 중시하는 것이 패스트 리테일링의 좋은 점입니다.

여성이 활약할 수 있는 장을 확대하는 체제도 착실하게 발전하여 여성 점장도 증가하고, 여성의 근속년수도 길어지고 있습니다. 일에 대한 의식개혁과 자기개발을 목적으로 한 캐리어 연수 등을 실시하는 한편, 여성이 일하는 데 있어서의 저해요인을 가능한 한 제거하기 위하여, 예를 들면, 휴가를 받기 쉽게 하고, 잔업 없는 날을 철저하게 지키도록 하는 등의 대책을 강구해 왔습니다.

이러한 생각은 단지 일부의 사람들을 대상으로 하는 것은 아닙니다. 노동시간을 단축하여, 자기개발을 위한 시간과 가족과 보내는 시간에 충당하고, 회사 이외의 사람과 접촉하여 인생의 폭을 넓히는 등의 다양한 활동이 사회인으로서의 성장에는 필수불가결합니다. 그러한 관점에서 노동조건 개선에 적극적으로 노력하지 않으면 안 됩니다. 이것도 결국은 「개성의 존중」과 결부된 과제입니다.

종업원 한 사람 한 사람의 생활과 인간적인 성장을 서로가 중시하지 않는 한, 좋은 팀이 될 수 없습니다. 「개성」을 존중하는, 다양성이 넘치는 팀을 만드는 것이 결과적으로 FR WAY에서 제시하고 있는 회사와 개인이 함께 성장하는 데에 기여하리라 생각합니다.

기본방침

한 사람 한 사람을 존중하고, 회사와 개인이 함께 성장할 수 있도록 다양한 환경을 정비하고, 글로벌한 시점에서 혁신적인 사업을 해 나가는 인재의 육성에 노력하고 있습니다.

개개인의 능력을 최대한으로 발휘할 수 있는 다양한 근무방식

지역 한정 정사원제도의 도입

유니클로는 2007년부터 지역 한정 정사원제도를 도입하여 현재 전국에서 약 2,000명이 활약하고 있습니다. 지역 한정 정사원이라는 것은 거주지의 이동과 전근이 없는, 근무지역이 한정된 정사원입니다. 지역으로부터 사랑받는 점포 만들기 핵심이 되는 인재로서, 또한, 점장의 보좌역으로서 새로운 활약의 장을 제공하고 있습니다. 이 제도의 도입은 우수한 인재 등용과 인재의 계속적 고용에 따른 경영의 안정 뿐만 아니라, 청년노동층의 활성화 등 고용에 관한 사회적 과제의 해결에도 기여한다고 생각합니다.

여성의 캐리어 형성을 지원

패스트 리테일링은 일과 개인생활과의 양립을 지원하고, 회사와 개인이 함께 계속적으로 성장할 수 있는 환경을 마련하기 위하여, 2007년 12월부터 육아 및 가족간호 휴가제도를 개정하여 종업원이 보다 더 오랜 기간 계속 일할 수 있는 근로환경을 마련하였습니다. 또한, 여성점장의 캐리어 개발을 위해 인재부 캐리어 개발팀이 중심이 되어 개개인의 사정을 감안하면서 장기적인 시야에서 캐리어를

형성해 가는 것을 목표로 한 「여성 점장 프로젝트」를 추진하고 있습니다. 사내의 의식 개혁 및 확산을 위하여 전국 각지에서 일하는 여성 종업원을 소개하는 책자 「style」을 계간 발행하는 것 외에도 남성 종업원도 참가하는 연수 「위민스 포럼(Women's Forum)」을 정기적으로 개최하고 있습니다. 현재 약 20%의 유니클로 점포에서 여성 점장이 활약하고 있습니다.

외국인 직원의 활약

패스트 리테일링은 사업의 글로벌화에 동반하여, 일본, 미국, 프랑스, 중국, 한국 등 다양한 국적의 직원이 재직하고 있습니다(그룹 종업원수 8,055명). 또한, 당사의 집행 임원은 20명 중 3명이 외국 국적입니다. 앞으로, 일하기 편한 환경을 만들기 위하여 관리직을 대상으로 한 커뮤니케이션 연수를 실시하거나 전사를 대상으로 한 홍보 및 교육자료에 영어판을 첨부하는 등 외국인 종업원을 수용할 수 있는 환경을 정비해 가겠습니다.



지역에 뿌리를 내린 정사원으로서 사랑받는 점포를 만들겠습니다.

유니클로
신사이바시점 지역 한정 정사원
시바노 쿠미코

2004년에 신규 오픈한 이후, 일관하여 신사이바시점에서 VMD*1 담당으로 일하고 있습니다. 이전부터 이 점포에서 일을 하고 싶다고 생각하고 있었습니다. 또한, VMD라는 일의 성격상 더욱 시야를 넓게 갖고, 한 단계 더 발전하고 싶다는 마음도 있었습니다. 이 두 가지를 동시에 실현할 수 있었던 것이 바로 지역 한정 정사원 제도라고 생각하고 있습니다. 과거보다 더욱 다른 점포 및 본부와의 교류도 증가하고 책임범위도 넓어졌습니다. 신사이바시점에 오시는 고객에게 「이 가게의 디스플레이가 좋다」라는 말을 들을 수 있도록 VMD의 전문가가 되고 싶습니다.

*1 VMD(Visual Merchandise): 상품의 레이아웃과 코디네이트 등을 통해 임팩트 있는 점포를 만드는 것.

장애인 고용의 추진

유니클로는 2001년부터 「한 점포당 한 명 이상」을 목표로 장애인 고용에 노력해 왔습니다. 장애가 있는 종업원을 다른 직원들이 도와주면서 일하는 등, 점포 직원간의 팀워크 향상에도 기여하고 있습니다. 현재는 약 80%의 점포에서 고용이 진행되어 회사 전체의 장애인 고용율은 법정 고용율인 1.8%를 큰 폭으로 웃도는 8.06%입니다.

앞으로는 본부와 그룹 회사에서도 적극적으로 장애인 고용을 추진해 하겠습니다.

장애인 고용율의 추이



*숫자는 각 년도 6월 1일 현재의 자료입니다.

워크 라이프 밸런스(Work/Life Balance)

유니클로는 안심할 수 있고, 일하기 편한 직장환경 만들기를 목표로, 휴가 취득의 촉진, 전업시간의 삭감, 건강관리 등의 노력을 하고 있습니다.

●휴가의 확충

2007년 9월부터 정사원을 대상으로 정규 유급휴가 이외에 연간 16일의 특별휴가(유급)를 마련함과 함께 계획적인 휴가 이용을 촉진하고 있습니다.

●주 4일의 잔업 없는 날 운동

장시간 노동을 줄이려는 목적으로, 본부에서는 주 4일 잔업 없는 날을 실시하고 있습니다. 회사 전체에 캠페인을 전개하고 잔업이 많은 부서와 개인에 대해서는 개별적으로 지도하고 있습니다.

●건강관리 및 멘탈 헬스

종업원의 건강관리에 관해서는 건강 관련 정보를 메일로 발신하는 등 정기적인 계발활동을 하고 있습니다. 또한, 멘탈 헬스에 관해서는 사외에 상담창구를 설치하고 있습니다.



유니클로
요도바시 키치조지점
후쿠다 요지
(오른쪽)

T셔츠의 디자인도 해보고 싶습니다.

직업능력 개발학교에서 어패럴 인테리어 코스를 선택한 것이 계기가 되어 약 1년 전부터 유니클로에서 일하고 있습니다. 학교에서 배운 재봉 기술을 살려서 바지 사이즈 조절을 담당하고 있습니다. 고객에게 전해드릴 것을 생각하면 작업은 신중하게 하지 않으면 안 되지만, 재봉틀을 사용하고 있을 때가 제일 즐겁습니다. 앞으로는, 유니클로에 재직하고 있는 만큼 T셔츠의 디자인에도 도전해 보고 싶습니다.

유니클로 요도바시 키치조지점 점장
마츠다 시게히코(왼쪽)으로부터

후쿠다씨는 성실한 성격에, 시간도 정확히 지키기 때문에 안심할 수 있습니다. 함께 일하는 다른 직원들도 그가 작업하는 스페이스를 넓혀주거나 장애물을 치워 주는 등 자연스럽게 여러가지를 배려하는 마음이 생겨나는 것이 매우 기쁩니다.

인재육성 및 능력개발

유니클로대학의 설치

(주)유니클로는 2000년부터 사원을 대상으로 한 인재개발과 교육을 목적으로 「유니클로대학」을 설치하고 있습니다. 점포와 본부에서 요구되는 인재상에 기반하여 다양한 연수를 실시하고 종업원의 캐리어 향상을 체계적으로 지원하고 있습니다.

「사원 프랜차이즈 제도」과 「슈퍼스타 점장 제도」 등의 도입

「사원 프랜차이즈 제도」는 종업원이 독립하여 회사를 만들고 유니클로의 프랜차이즈 점포를 전개할 수 있는 제도입니다. 현재까지는 8명의 유니클로 점장이 독립하였습니다. 또한, 「슈퍼스타 점장」은 일반 점장 이상으로 책임과 권한이 부여되는 점장의 직책으로, 모든 점포의 모범이 되고 회사 전체에 영향을 줄 수 있는 우수한 인재를 등용하고 있습니다.

사업활동을 통하여 독자성 있는 사회공헌활동을 펼치고 있습니다.

「고객에게 늘 사랑받고 신뢰받는 기업」이 되기 위하여 다양한 사회공헌활동을 「가능한 것부터 조금씩」 시작하고 있습니다.



「높은 윤리관을 가진 지구시민으로서 행동합니다」



(주)패스트 리테일링 그룹 총무부 부장
유니클로 자원봉사 클럽 위원장
우에키 토시유키



(주)유니클로
대형점 사업개발부 리더
크로세 토모카즈

자원봉사는 자신의 성장에 힌트를 주는 것

2002년 스페셜 올림픽의 전국대회에서 처음으로 자원봉사를 체험했을 때, 그 인상이 강렬하여 그 후로 스스로 적극적으로 참가하고, 현재는 「유니클로 자원봉사 클럽」의 위원장으로서 다른 사람들을 독려하는 역할을 하고 있습니다. 저희 회사도, 그리고 저희들 개인도 모두가 사회에서 생활하고 있습니다. 그렇다면 반대로 사회를 위하여 우리 자신은 무엇을 할 수 있는가라는 의문이 생기게 되는데, 그에 대한 대답의 하나는 회사에게 있어서는 CSR 활동이고, 개인에게 있어서는 자원봉사 활동입니다.

처음에 자원봉사라는 것은 무엇인가 특별한 사람이 특별한 기회에 하는 것이라고 생각하고 있었습니다. 하지만 실제로는 「이것이 일상이다」라는 것을 알았습니다. 세상에는 다양한 사람이 있고, 함께 도와가면서 살고 있습니다. 자원봉사는 결코 타인을 위해서만 하는 것이 아니라, 결국에는 자신의 성장에 힌트를 가져다 줍니다. 회사 이외의 공간에서 다양한 가치관을 가진 개인들과 접할 수 있는 장으로서 자원봉사 활동은 매우 자연스럽게 훌륭한 형태라고 생각합니다.

자신들의 일을 다른 각도로부터 되돌아 보는 것이 가능하다

품질 좋은 옷을 저렴한 가격으로 판매하고 고객에게 기쁨을 전하는 것 이외에도 사회에 공헌할 수 있는 것이 있습니다. 스페셜 올림픽의 활동 의의를 알고 나서, 이제까지 「고객」이라는 관점에서만 세상을 바라본 것이 사실은 굉장히 편협한 시각이었다는 것을 깨달았습니다. 긴자점의 점장을 하고 있던 당시 직원들 사이에서 「정말 저희들도 자원봉사를 하고 싶다」는 의견이 나와서 함께 참가한 것이 첫 시작입니다.

점포에서 고객에게 기쁨을 전하는 것도 훌륭한 것이지만, 역시 오랫동안 같은 일을 반복하는 사이에 점점 감도가 무뎠을 때가 있습니다. 장애를 가진 사람들과 함께 스포츠를 즐기고, 또한, 점포를 찾아주시는 장애인 고객들과 접촉하는 가운데 자신들의 일을 다른 각도로부터 되돌아보는 것은 커다란 의미가 있습니다. 다양한 각도로부터 사물을 볼 수 있게 되는 것이 세계를 좋은 방향으로 바꿔가는 것에 이어진다고 생각합니다.

올리브 나무 심기 자원봉사 활동*1에 참가한 직원의 코멘트



(주)패스트 리테일링
점포 설계부
고토 히로유키

유니클로가 활동하는 것의 의의

자원봉사를 통하여 섬 주민들과 접촉하는 가운데, 유니클로라고 하는 글로벌 사업을 전개하는 기업이기 때문에 세토우치해(海)의 섬인 테시마(豊島)가 안고 있는 산업폐기물 불법투기문제를 많은 사람들에게 알리는 것이 가능하였고, 또한, 사회가 환경문제에 주목하도록 하는 것이 가능했다고 실감하였습니다.



유니클로
아츠기하야시점
직원
카와카미
카즈코(왼쪽)

직접 만든 「에코 노트」로 다른 직원들에게도 소개

항상 부부가 자원봉사에 참가하고 있습니다. 자원봉사를 마치고 돌아와서도 더 할 수 있는 것이 없을까 생각하고 「에코 노트」를 만들어, 신문의 환경 관련 기사를 스크랩하거나 자원봉사 체험담을 적어 넣어 점포의 직원들에게 소개하고 있습니다.



유니클로
토키시마이즈미점
점장
하세가와
하루카

거대한 산업폐기물의 산에 경악했습니다

처음으로 자원봉사에 참가했을 때, 산업폐기물 불법투기 현장 바로 옆에 있는 자료관을 방문하고 나서 섬 주민들의 분노를 피부로 느꼈습니다. 그 이후, 한 번은 방문해 봐야한다고 점포의 직원들에게도 참가를 권하고 있습니다.

*1 자세한 활동 내용은 P31참조

기본방침

패스트 리테일링은 「높은 윤리관을 가진 지구시민으로서 행동합니다」라는 행동규범 하에 국제사회가 안고 있는 과제와 지구환경에도 관심을 갖고 행동하도록 노력하며 사회와 조화하는 발전을 목표로 합니다.

주요한 사회공헌활동

「세토우치 올리브 기금」을 지원

NPO 법인 「세토우치 올리브 기금」은 산업폐기물 불법투기 사건이 있었던 테시마(豊島)를 비롯한 세토우치해(海)의 섬들과 연안부에 풍요로운 자연을 재생하기 위하여 2000년에 안도 타다오씨와 나카보 코헤이씨가 발기인이 되어 시작한 활동입니다. 유니클로는 이 기금의 활동취지에 찬동하여 2001년부터 점포에서 모금활동을 시작하였습니다. 또한, 2007년부터 세토우치 올리브 기금 운영위원회를 발족시켜 유니클로의 CSR 담당 임원과 담당자가 위원으로 참가하고 있습니다. 위원회에서는 세토우치해 주변에 NPO 등이 추진하는 나무 심기 등의 활동에 대한 기금 조성을 심사하고 올리브 기금의 활동을 활성화시키기 위한 시책을 논의하고 있습니다.

이제까지 고객으로부터 모금한 기금과 활동실적

모금액의 누계 : 103,637,519엔

식수 그루수 : 57,144그루

2008년도의 조성단체수 : 22단체

(2008년 8월말 현재)



(주)유니클로의 오모토마 상무 집행 임원(COO)도 나무 심기 활동에 참가

「스페셜 올림픽스 일본」의 활동을 지원

스페셜 올림픽스(SO)는 지적 발달 장애를 가진 분들에게 다양한 스포츠 트레이닝의 기회와 그 결과를 발표할 수 있는 대회의 장을 제공하고 있는 국제 스포츠 조직입니다. 유니클로는 2002년부터 SO 일본본부의 공식 파트너로서 자원봉사자용 유니폼 기증과 경기 대회의 운영지원 등을 행하고 있습니다. 2008년도에는 아미타에서 행해진 「동계 전국 대회」와 각지에서 벌어진 스포츠 체험에 3,650벌을 기증하였습니다. 또한 당사 본부 직원과 점포 종업원 약 80 명이 대회 자원봉사자로 참가하였습니다.

또한, 전국의 유니클로 172점포 및 본부의 종업원 휴게실에 SO의 자선 자동판매기를 설치하고, 그 판매수익을 SO 일본의 각 지구조직의 지원활동에 기부하였습니다.

종업원의 자원봉사 활동을 추진

(주)유니클로는 2004년부터 종업원이 자발적으로 사회공헌활동에 참가할 수 있는 기회를 제공하는 자원봉사 조직인 「유니클로 자원봉사 클럽」을 발족시켰습니다. 2008년부터는 활동 대상을 그룹 전체로 확대하여, 그룹의 더 많은 종업원들이 자원봉사 활동에 쉽게 참가할 수 있도록 하기 위하여 정보 제공과 활동 경비 보조 등을 하고 있습니다.

유니클로 자원봉사 클럽의 개요

- 명칭 : 유니클로 자원봉사 클럽
- 대상 : 패스트 리테일링에서 일하는 전종업원
- 활동지원 :
 - 자원봉사 정보의 제공(전용 웹사이트와 메일로 제공)
 - 자원봉사에 소요되는 활동 경비 보조
 - 자원봉사에 참가하기 위한 참가 교통비 보조
- 활동사례 :
 - 유니클로 점포 주변 등 지역 청소활동 : 약 180명 참가
⇒ 2008년도에는 아이치, 시즈오카 등 7지역에서 실시
 - 세토우치 올리브 기금의 자원봉사 활동:연인원 약 200명 참가
⇒ 2008년도에는 연 2회의 나무 심기 자원봉사와 함께 주변지역인 카가와와 점포 종업원이 중심이 되어, 식수한 올리브의 관리 및 제초 자원봉사를 실시



2008년 10월에 열린 유니클로 어린이 축구단의 모습

「유니클로 어린이 축구단! (UNIQLO SOCCER KIDS!)」의 지원

일본축구협회(JFA)가 주최하는 「JFA 어린이(U6) 프로그램」은 6세 이하의 어린이에게 운동의 즐거움과 스포츠의 매력을 체험하게 하면서 축구의 보급 및 확산, 그리고 인격형성을 꾀하는 프로그램입니다. (주)유니클로는 2003년부터 이 프로그램의 공식 파트너로서 「유니클로 어린이 축구단」을 매년 전국 각지에서 개최하고 있습니다. 2008년도에는 홋카이도, 이와테, 이바라키, 도쿄, 오사카, 오카야마, 카가와, 후쿠오카, 쿠마모토의 경기장에서 실시하였는데, 9개의 경기장을 합쳐, 연인원 약 1만 4,000 명의 어린이들이 참가하였습니다.

긴급재해지원의 실시

패스트 리테일링은 2001년부터 재해를 입은 분들에게 의류를 지원하는 활동을 계속하고 있습니다. 저희들이 할 수 있는 일은 한정되어 있지만, 가능한 것부터 조금씩 현지의 필요를 파악한 후에 긴급지원활동을 하고 있습니다.

2008년도의 지원 실적

- 2008년 1월
방글라데시에서 발생한 사이클론의 피해자에게 UNDP(국제연합개발계획)를 통하여 전상품 리사이클 활동으로 회수한 의류품 약 13만점을 기증.
- 2008년 5월
중국 쓰촨성 대지진 피해지역에 긴급구원물자로서 의류품 약 33,000벌(약 5,000만엔 상당)을 기증.
- 2008년 5월
미얀마에서 발생한 사이클론 「나르기스」 피해지역에 전상품 리사이클로 회수한 의류품 약 20만점을 기증. 의류품은 재단법인 조이세프를 통하여 미얀마 모자복지협회에 보내졌다.



중국 쓰촨성 지진 발생 후, 현지법인이 중심이 되어 긴급재해지원을 실시

(주)패스트 리테일링 집행임원 겸 신사(迅銷) (중국)상무유한공사
UNIQLO HONG KONG, LIMITED
총경리 님 판

유니클로는 2002년에 중국에 점포를 내기 시작하였습니다. 지역으로부터 사랑받는 점포 만들기를 목표로 하는 당사는 2008년 5월 중국 쓰촨성에서 발생한 대지진의 피해지역에 유니클로 상품 330만 위안(약 5,000만엔) 상당분을 기증하였습니다. 참사로 인해 혼란에 빠진 피해지역에 확실하게 상품을 전달하기 위하여 상해 적십자회를 통하여 긴급지원물자를 기증하였습니다. 또한, 중국의 유니클로 점포 계산대 옆에는 모금함을 설치하였습니다. 이러한 활동과 신속한 의사결정에 의해 중국적십자로부터 감사장도 받았습니다. 저희들이 할 수 있는 것은 한정되어 있지만, 조금씩 지역을 위하여 확실하게 하나 하나씩 해 나가겠습니다.



전상품 리사이클 활동이 「제5회 아사히 기업시민상」을 수상

유니클로의 전상품 리사이클 활동이 2008년 10월 23일에 「제5회 아사히 기업시민상」을 수상하였습니다. 아사히 기업시민상은 더 좋은 기업시민의 자세를 생각하고 기업의 사회공헌활동을 표창할 목적으로 창설되었습니다. 유니클로가 2006년부터 실시하고 있는 전상품 리사이클 활동은 중고의류를 활용하기 위하여 유니클로의 전상품을 유니클로의 전점포에서 회수하는 리사이클 방식을 도입하여 난민 지원 등의 국제공헌과 자원 재활용에 노력해 온 실적이 평가되어 수상하게 되었습니다.



사진제공: 아사히 신문사

기본방침

패스트 리테일링은 환경에 관한 법령을 준수하고 국제사회가 안고 있는 과제와 지구환경을 항상 의식하며 행동하려고 노력합니다. 기업으로서 환경부하를 최소한으로 억제하기 위해서 우선 가능한 것은 경영의 효율화라고 생각하고 있습니다. 필요 없는 업무를 하고 있지는 않은가, 최소한의 자원으로 최대의 부가가치를 제공하기 위해서는 어떻게 하면 좋은가를 항상 생각합니다.

모든 프로세스에서 환경부하 저감을 추진

패스트 리테일링으로서의 환경 테마

패스트 리테일링이 노력해야 할 환경에 대한 과제는 우측의 3가지 사항에 집약되어 있습니다. 이러한 과제에 기반하여 각 프로세스에 있어서 환경부하 저감 노력을 해가겠습니다.

- ① 고효율 경영을 추진하여 최소한의 자원 투입과 활용에 의한 최대한의 효과와 가치창조를 꾀한다.
- ② 고객, 거래기업, 종업원, 그룹 회사, 사회 등을 총괄하여, 사업활동을 통한 순환형 활동을 추진한다.
- ③ 정말 좋은 옷, 고객이 원하는 새로운 가치를 가진 옷을 제공한다.

유니클로 사업에 있어서의 노력과 주요한 환경부하항목*1

A 상품에 있어서의 환경배려

유니클로는, 최첨단의 소재를 사용하는 것으로, 의복을 통하여 사람들의 쾌적한 생활에 공헌하는 것도, 환경에 대한 배려라고 생각하고 있습니다. 예를 들어, 높은 보온성과 보습성을 동시에 갖고 있는 히트 테크놀로지(heat technology) 상품과, 땀을 빠르게 흡수하고, 금방 마르는 드라이(dry) 상품 등 의복에 의하여 더위와 추위를 경감할 수 있는 소재와 상품을 개발하고 있습니다.

B 공장출하시의 노력

유니클로는, 공장 출하시에 상품의 품질을 유지할 목적으로 사용하고 있는 폴리에틸렌의 삭감에 노력하고 있습니다. 구체적으로는, 이제까지의 개별포장에서 복수의 의류를 한꺼번에 포장하는 방법으로 변경한 결과, 2008년도는, 2007년도의 5배 이상 되는 연간 1,080만점의 폴리에틸렌 봉투를 삭감하였습니다.

*2007년도는 200만 장을 삭감

C 물류에서의 에너지 절약 및 자원절약 활동

유니클로에서는, 고효율 물류체제의 구축을 목적으로, 지속적으로 물류 흐름의 조정과 개선에 노력하고 있습니다. 또한, 물류의 적재효율 향상을 꾀하기 위하여, 상품배송용 골판지 상자의 중량을 조정하고, 경량화를 꾀하였습니다.

또한, 2008년부터, 물류거점을 집약하는 등 재조정함으로써, 불필요한 유통을 없애, 그 결과로서 CO₂배출량 삭감에 공헌하였습니다.

D 사무실에서의 에너지 절약 및 자원절약 활동

본부에서는, 개인 전용 좌석을 없애고 도서관의 자유열람석과 같이 좌석을 자유롭게 공유하는 프리 어드레스(free address) 제를 도입하여, 부서변경과 인원증가 등에 의한 레이아웃 변경시 발생하기 쉬운, 비품과 자원의 낭비를 없앴습니다. 또한, 복사기 사용도, 정기적인 종이 사용량 삭감과, 양면인쇄, 축소인쇄 등을 촉진하도록 캠페인을 벌이고 있습니다.

E 점포에서의 에너지 절약 및 자원절약 활동

유니클로 전점포에는, 「점포에 있어서의 에너지 절약 및 자원절약 매뉴얼」을 배부하고, 전력사용량 등의 삭감을 철저하게 체크하고 있습니다. 또한, 점포의 설비면에 있어서도 에어컨의 효율을 높이고, 조명설비의 재조정을 시도하는 등의 노력을 시작하고 있습니다.

F 리사이클 창고의 설치

(주)유니클로는, 점포의 폐점시에 발생하는 집기와 비품 등을 한 곳의 창고에 모아, 보관, 관리하고, 기존 점포와 신규 오픈 점포에서 필요한 경우에, 수리 등을 포함하여 곧바로 사용할 수 있는 체제를 구축하였습니다. 이로 인해 자원 낭비를 없애고, 리사이클을 통해 새로운 가치를 창조해 냄과 함께 신속한 점포개발과 점포운영이 가능하게 되었습니다.

확산되는 리사이클 활동

도쿄 걸스 컬렉션(Tokyo Girls Collection)*2에서 전상품 리사이클 활동*3 실시

유니클로는 2008년 9월 6일(토)에 개최된 제7회 도쿄 걸스 컬렉션(Tokyo Girls Collection, 이하 TGC)에 처음 참가하였습니다. 그 가운데 이번 TGC의 테마 중 하나인 「환경을 위한 노력」에 찬동하여, 유니클로 리사이클 부스를 행사장 안에 설치하여, 고객이 더 이상 입지 않는 의류를 회수하였습니다. 행사 당일에는, 보통은 회수하지 않는 유니클로 브랜드 이외의 의류도 회수 대상으로 하여, 하루에 1,136벌의 의류를 회수하였습니다. 이 의류들도 수요일로 선별하여, 단열재와 연료로 리사이클하는 외에, 상태가 좋은 것은, 구원의류로서 재이용할 것입니다. 유니클로는 이러한 활동을 통하여 고객과 함께 리사이클과 재이용 활동의 저변을 넓혀 가고자 합니다.



*2 도쿄 걸스 컬렉션(TGC)이란

「일본의 리얼 클로즈(real clothes)」를 전세계에 퍼뜨리는 것을 목적으로 한, 지금은 2만명 이상의 관객을 모으는, 젊은 여성들을 위한 사상 최대 규모의 패션 페스티벌입니다. 2005년부터 매년 2회 개최되고 있으며, 쇼에 등장한 아이템을 실시간으로 휴대전화와 PC로부터 구입할 수 있기 때문에, 거대한 온라인 이벤트로서도 국내외로부터 주목을 모으고 있습니다.

*3 유니클로의 전상품 리사이클 활동에 관해서는 P13-16 참조

In	에너지와 원재료의 투입	에너지 연료 등		국내물류	
		본부 사무실	전력사용량 5,351,822kWh	가스사용량 7,936m ³	에너지 사용량(열량) 164,489GJ
		본부 사무실	복사용지 사용량 8,005,025매		
		자재 등			용기포장 7,898t
		<div style="display: flex; justify-content: space-around;"> A 기획 B 생산 C 물류 E 판매 F 사용 / 폐기 </div>			
Out	CO ₂ 와 폐기물의 배출	대기 배출		국내물류	
		본부 사무실	CO ₂ 배출량(전력, 가스) 2,826t-CO ₂	CO ₂ 배출량 11,257t-CO ₂	점포 CO ₂ 배출량(전력) 64,133t-CO ₂
		본부 사무실	가연물 배출량(휴지 등) 206t	불연물 등 배출량(페플라스틱 등) 3t	
		폐기물 및 리사이클			점포 일반 폐기물 배출량 190,405t
					고객 전상품 리사이클 활동으로 제공받은 상품 195t

*1 수치 데이터에 관하여

● 원칙적으로 2008년도의 수치를 기재하고 있습니다.

● 점포의 데이터는, 일부의 임대점포에 관해서는 포함되어 있지 않습니다.

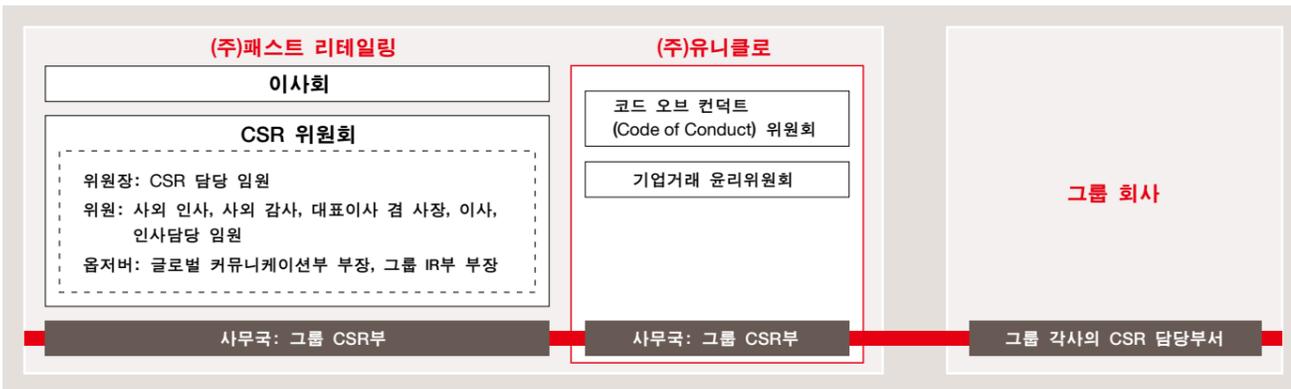
● 본부 사무실의 데이터는, 가스 사용량은 야마구치본사만의, 그 이외는 야마구치본사와 도쿄본부의 수치입니다.

전종업원이 CSR의 이념을 공유하고 세상을 향하여 지속적인 가치를 창조한다

사장과 CSR 담당 임원, 사외 인사 등으로 구성된 CSR 위원회와 그룹을 횡단하여 조직된 CSR팀이 중심이 되어 CSR 활동을 추진하고 있습니다.



CSR 추진체제



이해관계자에 대한 패스트 리테일링의 자세

「세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다」

(주)패스트 리테일링 집행 임원 겸 CSR 위원회 위원장
닛타 유키히로



2008년도의 활동을 되돌아보며

패스트 리테일링 그룹의 CSR 활동은 적극적이고 신속한 정보공개와 쌍방향 커뮤니케이션, 성실한 고객 대응, 거래기업과의 건전한 관계 구축, 지구환경에 대한 배려 등 이제까지 이상의 광범위한 영역에 있어서 구체적이고 실효성 있는 행동이 요구되고 있습니다.

2008년도의 노력을 되돌아보면 유니클로를 중심으로 한 의류제조판매 비즈니스에 관련한 영역에 있어서 패스트 리테일링 그룹의 특징을 살린 CSR 활동이 조금씩 실현되어 가고 있다고 생각합니다.

예를 들면, 유니클로는 전상품 리사이클 활동과 장애인 고용의 추진, 각종 단체에 대한 지원 등에 있어서 적극적으로 노력해 왔습니다. 또한, 연간 4억벌의 옷을 제조하고 판매하는 기업으로서 서플라이 체인 전체에서의 품질 및 안전관리와 환경보전활동에 노력하여 종업원에 대해서는 건강관리를 철저화하고, 캐리어 개발을 추진하고, 파트너 공장을 포함한 거래기업에 대해서는 노동 및 환경에 관한 법령준수와 인권존중을 요구하는 등 CSR 활동의 골격이 이루어지고 있는 중입니다.

글로벌 및 그룹 전체를 총괄하는 활동을 목표로

2009년도를 맞이하여 CSR 활동을 글로벌 및 그룹 회사 전체를 총괄하는 것으로 만들어 나갈 필요가 있습니다. 패스트 리테일링이 CSR의 활동으로서 무엇을 달성하려고 하고 있는가, 우선 그것을 명확하게 그룹 전체에 알려 나가고 공유해 나가겠습니다. 구체적으로는 전상품 리사이클 활동에 해외 점포와 그룹 회사도 참가하도록 추진하여 회수량을 대폭적으로 증가시키는 것을 목표로 하고 있습니다. 또한, 자원봉사 활동 참가자가 이제까지 이상의 규모가 되도록 적극적으로 캠페인을 펼쳐 갈 것입니다. 장애인 고용에 관해서도 유니클로 점포에서의 성과를 기반으로 하여 본부에서의 고용율을 더욱 더 높이는 노력을 계속하는 외에 각 그룹 회사에서의 노력도 강화해 가겠습니다.

향후 3~5년을 바라보는 장기적인 시점에서 「저희들은 이렇게 되고 싶다」라고 하는 계획표를 제시해 나가겠습니다. 그리고, 말로 전하는 것 뿐만 아니라, 전세계의 그룹 회사의 종업원이 실제로 자원봉사 활동에 참가하고, 해외의 고객에게도 전상품 리사이클 활동에 협력을 얻을 수 있도록 하는 등 CSR 활동을 확산시켜 가겠습니다.



(주)패스트 리테일링 사외 감사
야스모토 공인회계사 사무소 소장
야스모토 타카하루

본업에 충실하기 때문에 지속가능하다고 생각합니다.

CSR이라고 하는 것은 회사 그 자체이며 회사의 방향성을 알 수 있는 중요한 것입니다. 그렇기 때문에 사업을 통하여 CSR 활동을 계속해 가는 것이 중요합니다. 매상과 이익 뿐만 아니라, 자신들의 CSR 기준에서 현재의 활동 수준을 파악하고, 목표를 설정하고, 노력해 가야 한다고 생각합니다. 그리고, 글로벌하게 활동하는 패스트 리테일링 그룹으로서 그룹 회사도 포함하여 어떻게 CSR을 실천하여 갈 것인가에 관한 문제는 이후에도 지속적으로 생각해 가지 않으면 안 되는 과제입니다.



(주)엔츠
커뮤니케이션 디자인 센터 국장
시라츠치 켄지 씨

이 기업만이 할 수 있는 활동전개를 기대합니다.

패스트 리테일링의 CSR의 특징은, 자신들에 맞는 형태로 노력해 가려는 자세이지 않을까 생각합니다. 사회와 상식에 맞추는 것이 아니라, 처음부터 자신들이 할 수 있는 일들이 무엇일까를 생각하면서 해가려고 하는 점이 뛰어나다. 「전상품 리사이클 활동」이라고 하는 훌륭한 사례가 등장한 후, 현장에서 경영진에 아이디어를 제안하고, 그러한 아이디어를 살려나가려고 긍정적으로 검토하는 자세에서, 다음에는 어떤 성과들이 나타날지, 보는 이로 하여금 기대를 갖게 합니다.

기본방침

패스트 리테일링은 사람들이 생활하는 데에 필요불가결한 의류의 기획, 생산, 판매를 통하여 「세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다」 것을 CSR의 비전에 천명하고 있습니다. 세상을 향하여 계속적으로 가치를 만드는 기업이 되기 위하여 바른 경영을 추구하고 사회와 함께 성장하고 차세대의 세계기준을 참조하는 것. 그것이 저희들의 CSR입니다.

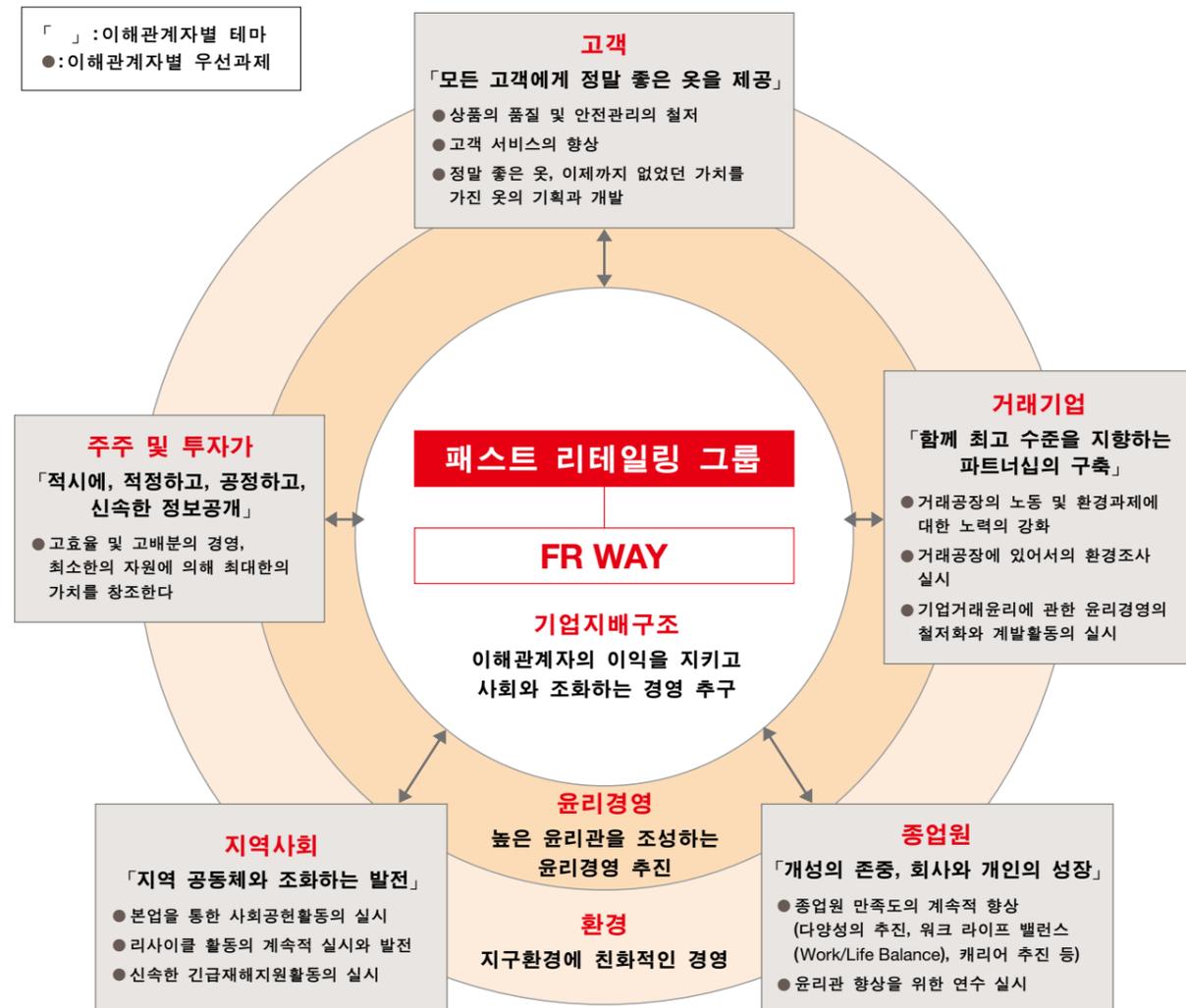
패스트 리테일링의 사회적 책임

이해관계자별 우선과제

패스트 리테일링 그룹에서는 사회적 책임을 확실하게 수행하여 나가기 위하여 이해관계자별 우선과제를 설정하고 있습니다. 특히, 기업지배구조, 윤리경영, 환경에 관해서는

모든 이해관계자에게 공통되는 테마라고 생각하여 우선과제로 내걸고 있습니다.

*기업지배구조에 관해서는 매뉴얼 리포트와 웹사이트 참조



기본방침

패스트 리테일링은 기업의 사회적 책임을 다하기 위하여 윤리경영을 중시하고, 그것을 사내에 확산시키기 위한 체제를 갖추고 있습니다. 또한, 종업원을 대상으로 한 코드 오브 컨덕트(행동규범)의 책정 등을 통하여 패스트 리테일링 그룹 내의 윤리경영 의식 조성에 노력하고 있습니다.

윤리경영을 그룹 전체에 도입, 확산

코드 오브 컨덕트(CoC)*1의 도입

코드 오브 컨덕트(CoC)는 유니클로를 비롯하여 패스트 리테일링 그룹 전사*2에 도입하고 있습니다. 도입시에는 종업원 전원이 CoC의 내용을 확인하고, CoC를 준수하겠다는 취지를 담은 서약서에 서명하였습니다. 또한, 정기적으로 각사에서 구체적인 사례를 이용한 CoC의 연수를 행하는 등 확실하게 확산될 수 있도록 노력하고 있습니다.

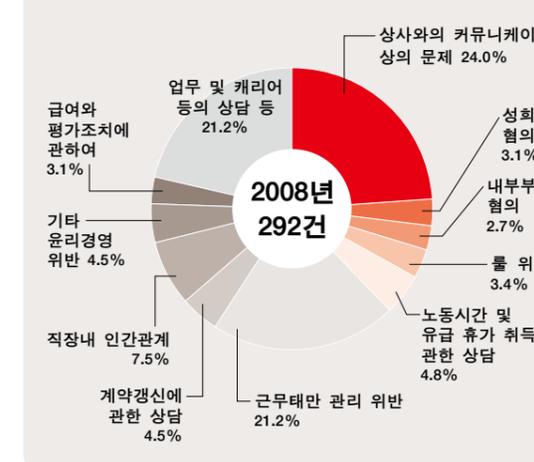
*1 코드 오브 컨덕트(CoC): 내용은 일본어, 영어, 중국어, 한국어, 프랑스어의 5개 국어로 번역하여 인터넷상에서 공개하고 있습니다.

*2 지분법 적용 관련회사인 (주)링크 시어리 홀딩스에는 도입하고 있지 않습니다.

하타리의 운용

패스트 리테일링은 일에 관한 고민과 코드 오브 컨덕트 위반에 관하여 익명으로 상담할 수 있는 종합창구(하타리)를 그룹 각사에 설치하고 있습니다. CoC 위반의 혐의가 있는 안건에 관해서는 하타리 담당자가 상담자의 익명성을 유지하면서 조사를 하고 실태를 파악하고 있습니다. 또한 CoC 위원회에서 구체적인 해결을 위한 심의를 하고 있습니다.

유니클로 하타리 2008년도의 건수와 그 내용



윤리경영 추진 체제의 구축

저희들은 「윤리경영」을, 법령준수는 물론 도덕과 윤리에 기반한 행동을 확산시키는 것으로 파악하고 그 활동의 축이 되는 사내 체제를 구축하고 있습니다.

● 패스트 리테일링 「CSR 위원회」

패스트 리테일링 그룹 전체의 윤리경영 추진 체제와 사회 및 환경활동 등에 관하여 논의를 행하고 있습니다. CSR 담당 임원이 의장이 되고, 경영수뇌부, 임원, 사외 인사 등으로 구성되어 2개월에 1회 개최하고 있습니다.

● 유니클로 「코드 오브 컨덕트(Code of Conduct) 위원회」

CoC를 어떻게 확산시킬 것인가에 관한 논의를 합니다. 또한, 하타리에서 상담된 사내의 윤리경영상의 문제점과 관련된 내용을 거론하여 구체적인 해결책을 검토, 제시하고 개선하려고 노력합니다. CSR 담당 임원이 위원장이 되어, 감사, 사외 변호사 등이 위원회의 멤버가 됩니다.

● 유니클로 「기업거래 윤리위원회」

거래기업에 부당한 압력을 가하는 행위를 미연에 방지하기 위한 시책에 관하여 논의하고 문제점에 관해서는 대응책을 마련합니다. (상세한 사항은 P24참조)

개인정보의 보호

유니클로에서는 CoC에 관한 교육 가운데 개인정보의 취급에 주의를 기울이는 것의 중요성을 추가하여 계발에 노력하고 있습니다. 「개인정보 취급 가이드라인」의 운용, 중요한 개인정보를 취급하는 부서에서의 지문인식 등에 의한 입실 통제, 개인정보 데이터에 대한 액세스 제한 등의 시책을 실시하고 있습니다.

주식회사 패스트 리테일링

패스트 리테일링은 캐주얼 웨어 브랜드 「유니클로」를 중핵으로 하여 일본시장 뿐만 아니라 세계시장에서 사업을 전개하는 어패럴 소매기업 그룹입니다. 사업의 중심인 유니클로는 일본 전국에 759점포, 해외에 54점포를 전개하고, 기획에서부터 생산 및 판매까지를 일관하여 행하는 SPA기업으로서 고수익 비즈니스 모델을 확립하고 있습니다.

사업에는 국내외에서 유니클로를 판매하는 유니클로 사업, 국내에서 의류품과 신발 등을 판매하는 GOV리테일링 및 캐빈 등의 국내관련사업, 해외에서 어패럴 브랜드를 전개하는 글로벌 브랜드 사업이 있습니다.

회사 개요(2008년 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: Kitanomaru Square, 1-13-12, Kudankita, Chiyoda-ku, Tokyo, 102-0073
 자본금: 102억 7,395만엔
 사업내용: 주식과 지분의 소유에 의한 그룹 전체의 사업활동의 지배 및 관리 등
 종업원수: 8,055명
 연결매상고: 5,864억엔
 결산기: 매년 8월 말일

연결매상고 및 점포수



국내 유니클로 사업

주식회사 유니클로
UNIQLO CO., LTD.



설립: 1974년 9월 2일
점포수: 759점(프랜차이즈 19점 포함)

고품질, 저가격을 실현한, 매상고 약 4,600억엔을 넘는 일본 최대의 캐주얼 웨어 체인.

국내 관련사업

주식회사 캐빈
설립: 1971년 8월
점포수: 190점포

여성복 SPA기업으로서, ZAZIE, 리얼 리슈(Real Riche), 안라씨네(enraciné), 이에이피(e.a.p.) 등의 주력 브랜드를 중심으로 폭넓은 층의 여성으로부터 인기를 얻고 있다.

주식회사 GOV 리테일링
설립: 2008년 9월 1일
점포수: 457점포

2008년 9월, 자유(g.u.), 원존(One Zone), 뷰 컴퍼니(VIEW Company)의 3사를 통합하여 탄생. 저가격으로 패션성을 구비한 의류품과 신발 사업을 전개.

해외 유니클로 사업



미국

UNIQLO USA, Inc.

설립: 2004년 11월 22일 소재지: 미국 뉴욕주
점포수: 1점

2005년 9월에 미국시장내 1호점을 뉴저지주에 출점. 2006년 11월에 뉴욕 SOHO지역에 1000평의 글로벌 플래그십 스토어를 오픈.

영국

UNIQLO (U.K.) LTD.

설립: 2003년 8월 7일 소재지: 영국 런던시
점포수: 13점

2001년 9월에 유니클로 최초의 해외점포로서 영국 런던에 출점. 2007년 11월에는 런던 옥스포드 스트리트에 글로벌 플래그십 스토어를 오픈.

프랑스

UNIQLO FRANCE S.A.S.

설립: 2005년 4월 28일 소재지: 프랑스 파리시
점포수: 1점

2007년 12월에 파리 근교의 라 데팡스 지구에 프랑스 최초의 점포를 오픈. 2009년 가을에는 파리 스크리브 거리에 글로벌 플래그십 스토어를 오픈할 예정.

중국

FAST RETAILING (CHINA) TRADING CO., LTD.

신사(중국)상영유한공사
설립: 2006년 12월 26일 소재지: 중화인민공화국 상해시
점포수: 13점

2006년 12월에는 중국 최초의 700평의 대형점(상해 정대광장점)을 오픈.

한국

FRL Korea Co., Ltd.

설립: 2004년 12월 16일 소재지: 대한민국 서울특별시
점포수: 18점

2004년 12월에 한국 롯데쇼핑사와의 합병회사로서 에프알엘 코리아(주)를 설립. 2005년 9월에 롯데백화점과 롯데마트에 3점포 동시 오픈.

홍콩

UNIQLO HONG KONG, LIMITED

설립: 2005년 3월 31일 소재지: 중화인민공화국 홍콩특별행정구
점포수: 8점

2005년 9월에 홍콩의 변화가의 하나인 침사추이에 있는 미라마 쇼핑센터에 홍콩 최초의 점포를 오픈.

글로벌 브랜드 사업과 주요한 CSR의 노력

COMPTOIR DES COTONNIERS

크리에이션 넬슨사
(Créations Nelson S.A.S.)

1995년에 프랑스에 설립된 위민즈 웨어 (Women's Wear)를 중심으로 한 컬렉션 브랜드. 함께 즐거운 시간을 보내는 사이 좋은 엄마와 딸의 관계에 착안하여 오디션에서 선발된 진짜 모녀를 기용한 광고의 이미지를 정착시켰습니다. 현재는 프랑스 뿐만 아니라, 세계 12개국에서 약 3500이상의 점포를 전개.

사람과 환경에 친화적인 오가닉 코튼의 홈웨어를 전개

2008년 여름, 콩트와 드 코트니에는 환경친화적인 오가닉 코튼을 사용한 홈웨어 라인업의 전개를 시작하였습니다. 그 소재는 무농약농법으로 만들어지고 염색에 있어서도 환경친화적인 프로세스를 채용하고 있습니다.

그 외에도 콩트와 드 코트니에는 환경에 배려한 브랜드 「Veja(브자)」와의 파트너십을 통해 페어 트레이드(Fair Trade) 상품을 판매하거나 매상금의 일부를 자선활동에 기부하는 등 다양한 사회공헌활동을 통하여 여성들에게 따뜻함과 공평함, 자연스럽게 우아한 가치를 제공하고 있습니다.



PRINCESSE tam·tam PARIS

프티 빅클사
(PETIT VEHICULE S.A.S.)

1985년 프랑스에서 설립된, 자유로움을 표방하는 라제리 브랜드. 프랑스를 중심으로 약 150점포의 직영점 네트워크를 갖는 외에 주요 백화점 등에서도 상품을 판매. 프랑스 이외에서는 세계 45개국에서 1,500개 이상의 판매점을 통하여 브랜드를 전개.

“Les Frimousses de Créateurs”의 자원봉사 파트너로서

프린세스 탐탐의 창업자 루미아 히리지(Loumia Hiridjee)는 유니세프, AIDES와 ENFANCE ET PARTAGE. 등과 같은 어린이와 질병을 앓고 있는 분, 여성 등을 테마로 활동하는 국제기관과 비영리단체의 서포트를 계속해 왔습니다. 그 일환으로 5년전부터 유니세프의 “Les Frimousses de Créateurs”의 자원봉사 파트너로서 지원활동을 하고 있습니다.

“Les Frimousses de Créateurs”는 세계에서 활약하는 프레타 포르테의 디자이너에게 인형 디자인을 의뢰하여, 그것을 옥션을 통해 판매하고 있습니다. 그 수익금은 유니세프에 기부되어 전세계의 어린이들을 위해 사용되고 있습니다.



LTH

주식회사 링크 시어리 홀딩스
(Link Theory Holdings)

Theory는 1997년 뉴욕에서 탄생하여 눈 깜짝할 사이에 세계적인 브랜드가 된, NY에서 태어난 데일리 웨어 브랜드. 뛰어난 착용감과 세련된 모양, 자연스러운 트렌드성을 갖춘 뉴 베이식(New Basic)이 컨셉트. 현재 216개의 점포를 전개. 2005년 6월 도쿄증권거래소 마더스(Mothers) 상장.

FTBC 스폰서로서 유방암 캠페인 활동을 시작

2008년 Theory는 미국 패션 디자이너 협의회(CFDA)의 요청을 받아 일본여성의 아름답고 건강한 생활을 응원하기 위하여 일본의 Fashion Targets Breast Cancer (FTBC) 스폰서로서 유방암 캠페인 활동을 시작하였습니다. FTBC는 유방암의 조기발견과 치료, 유방암에 대한 사회의 의식을 높이는 계발활동 등 다양한 유방암 박멸활동의 지원을 목적으로 하는 프로젝트입니다.

이 활동을 통하여 얻은 수익은 재단법인 일본유방암협회 「유방암을 없애는 미소 기금」 등에 대한 기부를 통하여 유방암의 예방 및 의식 계발, 환자에 대한 정보 제공 등 유방암 의료의 개선에 보태어집니다.



면책사항

본 보고서에는 주식회사 패스트 리테일링과 그 그룹 회사의 과거와 현재의 사실 뿐만 아니라 발행시점에 있어서의 계획과 조정, 경영방침 및 경영전략에 기반한 장래예측이 포함되어 있습니다. 이 장래예측은 기술한 시점에서 입수가 가능한 정보에 기반한 가정 혹은 판단이며, 제조건의 변화에 의해 장래의 사업활동의 결과와 사정이 예측과는 달라질 가능성이 있습니다. 독자 여러분들께서 이 점을 이해해 주시기를 바랍니다.





FAST RETAILING

주식회사 패스트 리테일링
www.fastretailing.com