



FAST RETAILING CSR REPORT 2010

Special Contents

전상품 리사이클 활동이 지향하는 것

장애인과 함께 일한다

「정말 좋은 옷」을 만드는 현장, 사람, 노동환경

사회에 있어 가치 있는 회사가 되기 위하여

점점 영향력이 커지는 세계 기업

현재 사회에서는 세계적인 기업의 영향력이 점점 더 강해지고 있습니다. 사회를 변화시키는 것은 국가보다도 오히려 기업이 되는 사례가 앞으로 더욱 증가해 갈 것입니다.

사회를 바꾸는 힘을 갖는 것은, 다시 말해, 커다란 책임이 뒤따른다는 것을 의미합니다. 영향력 있는 사람은 강한 책임감을 갖지 않으면 안 됩니다. 자신들의 회사는 무엇을 위하여 존재하고, 어떻게 사회에 공헌할 수 있는가를 생각하는 것이 중요합니다. 거꾸로 고객의 입장에서 보면, 사회에 있어서 도움이 되지 않는 기업으로부터는 상품을 사고 싶지 않다고 생각할 것입니다. 사회에 있어서 도움이 되는지 여부가 그 기업의 가치를 결정합니다. 그러한 시대가 되었다는 것을 경영자는 물론, 모든 종업원이 엄중하게 자각하지 않으면 안 됩니다.

저희 패스트 리테일링 그룹은 「GLOBAL ONE 전원 경영」을 내걸고, 그 실행에 전력을 다하고 있습니다. 그것은, 그룹의 모든 회사가 하나의 회사인 것처럼, 전세계에서 가장 좋은 방법으로 경영해 가는 것입니다. 그룹의 모든 종업원이, 경영자의 시점에서 매일 매일의 업무에 있어 노력하고, 항상 사업을 진화시켜 가는 것을 의미합니다. 당연한 것이지만, CSR(기업의 사회적 책임)은 경영자만의 문제는 아닙니다. 점포에서 상품 하나 하나를 판매하고 있는 모든 종업원, 파트너 공장에서 옷 한 벌 한 벌에 바느질을 하는 모든 종업원이 그것을 자각하고, 항상 자신의 책임을 의식하면서 일을 하는, 그러한 자세를 요구하고 실현해 가겠습니다.

사회는 모든 것을 보고 있다

저희들은 연간 약 5억 벌의 옷을 생산, 판매하고 있지만, 고객의 입장에서 구매했던 상품이 전부입니다. 저희들은 모든 상품을 스스로 기획하고, 생산 과정과 물류 프로세스에 관여하고, 저희들의 점포에서 판매하고 있습니다. 모든 상품에 관하여, 어떤 상품을, 누가, 언제, 어디서, 어떤 방법으로 생산하고, 판매하고 있는가를 확실하게 파악하고 있습니다.

하지만, 유감스럽게도, 그룹 전체에서 2008년에는 2건, 2009년에 들어서는 1건의 상품 리콜이 있었습니다. 이러한 사태의 발생을 미연에 방지하는 것이 물론 제일 중요하지만, 만일, 상품 불량과 사내 비리가 발생했을 경우, 저희들은 관련된 모든 정보를 신속하게 공개합니다. 사회는 저희들의 모든 것을 보고 있습니다. 만일 단순한 실수가 있었다고 하더라도, 스스로 공개하는 자세가 없으면, 그것은 실수로 끝나

지 않습니다. 자신의 일의 옳고 그름을 판단하는 것은 저희 자신이 아니라, 고객과 사회입니다. 그것을 항상 의식하면서 업무에 노력하는 것이 필요불가결합니다.

「개인의 존중, 회사와 개인의 성장」은 패스트 리테일링 그룹 기업이념 FAST RETAILING WAY(FR WAY)의 중요한 Value 중의 하나입니다. 사회로부터의 기대에 부응하기 위해서는 모든 종업원이 성장해 가지 않으면 안 됩니다. 개인의 성장 에너지의 집합체가 기업입니다. 스스로가 「성장한다」는 강한 의지를 갖고, 고객에게 가치 있는 상품과 서비스를 제공한다고 하는 이념을 실현하기 위하여 행동하는 종업원에 대해서, 저희들은 세계의 어떤 기업보다도 매력적인 기회를 제공하고, 성장을 위한 지원을 아끼지 않습니다.

환경문제에 대한 노력도 중요합니다. FR WAY에 내건 행동규범 「높은 윤리관을 지닌 세계 시민으로 행동합니다」에 기반하여, 매일 매일의 사업 가운데, 가능한 한 환경에 부하를 주지 않는 체제를 구축하고 있습니다. 2020년까지는 온실효과 가스 배출량을 1990년 대비 25% 삭감한다는 일본 정부의 제안이 세계적으로 높게 평가되고 있는 것처럼, 글로벌 사회의 의식은 크게 변화하고 있습니다. 전세계에서 활동하는 기업으로서 환경 문제에 무관심하다는 것은 용서되지 않습니다. 이제까지도 저희들은 점포에서의 에너지 절약 및 자원 절약의 추진, 공장 출하시의 포장재료의 삭감, 효율적인 물류체제의 구축 등에 노력하고 있지만, 앞으로도 사내에 프로젝트를 발족시켜, 더욱 힘을 쏟아 노력하겠습니다. 또한, 이미 실시하고 있는 전상품 리사이클 활동도, 더욱 대폭적으로 규모를 확대하여 추진하여 가겠습니다.

기업의 자세를 고객에게 판매한다

「회사」가 있기 전에 「사회」가 있다. 이것이 저희들의 기본적인 생각입니다. 사회에 있어서 가치 있는 것은 무엇인가? 그것을 생각하며 경영하지 않는 한, 기업의 성장은 있을 수 없습니다. 옷을 판매함과 동시에 저희들의 생각도 판매한다. 저희들은 이러한 생각으로 사업을 하고 있습니다. 가능하다면 찬동해 주십시오. 꼭 함께 해 주십시오—. 이와 같이 저희들 쪽에서부터 발신해 가지 않으면 안 됩니다. 그리하여 FR WAY에 있는 「옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다」를 실현하는 것, 그것이 저희들의 사명이라고 생각하고 있습니다.

앞으로도 변함 없는 지원과 조력을 부탁드립니다.



주식회사 패스트 리테일링
대표이사 회장 겸 사장
야나이 타다시



부탄 난민

19세기 후반부터 20세기 초에 경제적 이유로 많은 사람들이 네팔에서 부탄으로 이주, 부탄 국적을 취득하였다. 하지만, 힌두교도 중심의 네팔계 부탄인은 불교도가 주류파인 부탄인과는 민족적, 종교적으로 다르다. 1980년대, 「민족주의적 정책」이 취해짐에 따라, 많은 네팔계 부탄인은 부탄으로부터 추방되게 되어, 현재, 네팔 남동부의 7개의 캠프에 8만 명이 넘는 난민이 모여, 힘겨운 생활을 하고 있다.



특집1 전상품 리사이클 활동

전상품 리사이클 활동이 지향하는 것

유니클로는 고객에게 불필요해진 상품을 위탁받아, 세계의 난민 캠프에 전달하는 「전상품 리사이클 활동」을 전개하고 있습니다. 2001년에 시작한 「후리스 리사이클 활동」으로부터 8년. 기증처를 방문하여, 의견을 듣고, 이후에 해야 할 것, 할 수 있는 것을 지속적으로 생각하고 있습니다.

©카미오카 신스케

2번째의 네팔 르포 「그 옷의 행방」

2009년 9월. 2007년에 유니클로가 처음으로 의류를 기증한 네팔을 다시 방문하였다.

거기서 재회한 소녀, 기타. 그녀를 통해 본 「옷의 역할」, 그리고, 2년 전과 비교하여 변화한 것, 변화하지 않은 것은?

**그 때의 소녀,
그 때의 옷**

소녀가 미소 짓고 있다. 이름은 기타. 가족에게 건넨 10벌의 옷 중에서, 그녀는 흰 옷을 골랐다. 이들 후에 네팔의 축제가 있기 때문에 거기에 입고 가고 싶다고 한다. 옷과 함께 2년 전의 사진을 건네 주었다. 보라색의, 작은 몸에는 너무 컸던 파카. 2년 전의 자신의 사진을 보고, 조금 수줍어 한다. 그녀는 기억하고 있다. 전달된 옷에 담겨진 의미를...

기타의 아버지는 부탄에서도 망쳐 올 때 채찍같은 것으로 등을 맞아, 척추에 상처를 입고, 일을 할 수 없게 되었다. 오빠도 지적 발달 장애자. 난민 중에서도 가혹한 환경에 놓여져 있다. 지난 번과 이번에 의류를 전달한 유니클로 CSR부의 쉐바 히데코에게도 인상 깊은 난민 중 한 명이다.

「기타는 2년 전의 일을 잘 기억하고 있었어요. 어렵겠지만, 저를 만난 것도 기억하는 것 같았고요. 2년 전은 천진난만했었는데, 현재는 14살로 어른스러워진 모습을 보니까, 조금 감개무량했어요.」 유니클로가 2년 전에 전달한 옷은 어머니가 외출용으로 간직해 두고 있다.

평소 입을 옷도 모자라는데, 특별한 날을 위해서 소중하게, 소중하게 보관하고 있는 것이다. 이번에도, 전달한 옷들 중에서 마음에 드는 것을 골라서, 바로 입고 보여 주었다.

옷의 역할은 더위와 추위로부터 몸을 보호하는 것에 그치지 않는다. 흰 옷을 입고 환히 웃는 얼굴이 중요한 것을 가르쳐 주었다.

**낚아 떨어질 때까지
유니클로의 옷을 입고 있다.**

2007년 이후, 두 번째의 방문이 되는 네팔의 난민 캠프. 본 적이 있는 얼굴들. 본 적이 있는 옷들. 이미 상당히 헤어져 있는데도 유니클로의 옷을 정말로 소중하게 입고 있다는 것을 실감한다. 두 번째의 네팔 방문이 된 쉐바 히데코는, 이번에 네팔인의 통역을 부탁했다. 더욱 난민들로부터 생생한 의견을 듣고 싶다고 생각했기 때문이다.

「의류 자체가 아직 충분하지 않습니다. 네팔의 난민 캠프에는 이미 40만벌 정도 기증하고 있지만, 한 사람당 3, 4벌 밖에 갖고 있지 않기 때문에, 밤에 빨아서 다음 날 아침에 입을 생활을 아직도 계속하고 있는 거죠.」

옷의 숫자가 한정되어 있기 때문에, 전원에게 배부되지 않는다. 어쩔 수 없이 옷을 받지 못 하는 사람이 있다. 사회적으로 약한 입장에 놓인 사람들부터 우선순위를 정할 수 밖에 없지만, 작은 질투와 실망이 생기기도 한다. 캠프의 밖을 보면, 지역 주민들의 생활도 결코 수월하지는 않다. 난민과 마찬가지로 옷을 필요로 하고 있는 사람들이 있다. 옷을 받고 좋아하는 사람들을 보면 기쁨과 보람을 느끼기도 하지만, 마냥 기뻐하고 있을 수만은 없는 현실. 그리고, 아직 남은 커다란 과제. 그에 대한 해답은 하나씩 하나씩 할 수 있는 것을 지속해 가면서 발견해 갈 수 밖에 없다.



유니클로 CSR부 쉐바 히데코(가운데)와 기타(오른쪽)

전상품 리사이클 활동이란

2001년 「후리스 리사이클 활동」에서 시작하여, 2006년부터 회수 대상을 유니클로 전상품으로 확대한 「전상품 리사이클 활동」은, 의류를 마지막까지 낭비 없이 활용하는 것을 목적으로, 고객으로부터 위탁받은 상품을 재이용 및 리사이클 하는 활동입니다. 처음에는 연료화 리사이클을 주요한 재이용 방법으로 생각하고 있었지만, UNHCR(유엔난민기구)*의 협력을 얻어, 난민 캠프에 대한 기증을 실시. 의류의 필요성과 그 역할을 재인식하고, 리사이클 중심에서 재이용 중심으로 전환하였습니다. 회수한 의류의 약 90%는 네팔, 이디오피아, 그루지아 등 세계의 난민 캠프에 기증하고 있습니다. 지원을 할 때에는, 의류 부족의 상황 뿐만 아니라, 계절, 수요가 많은 사이즈, 종교상 꺼려지는 색상 등 현지의 문화에 관한 부분까지 상세한 수요를 조사하여, 결정. 또한, 운반시의 도난과 현지에서 상품화되어 판매되는 것을 방지하기 위하여, UNHCR의 협력을 얻어, 종업원도 현지를 방문하여, 의류 배포를 하고 있습니다.



※UNHCR (유엔난민기구) 란...

1950년에 설립된 유엔의 난민 지원기관. 난민과 피난민을 국제적으로 보호 및 지원하고, 난민문제 해결에 노력하고 있다. 1954년과 1981년에 노벨 평화상을 수상. 스위스 제네바에 본부를 두고, 세계 각지에서 활동을 전개하고 있다.

활동을 지속하면서 알게 된 과제 자립 지원과 「제3국 재정착」

2년 전과는 다른 분위기로 「제3국 재정착」에의 흐름.

전상품 리사이클 활동을 지속적으로 함으로써 다양한 과제도 알게 되었습니다. 단지 상품을 전달하는 것에만 머물러서는, 본질적인 문제의 해결로 이어지지 않는다는 것입니다.

이번에 두 번째로 방문한 네팔의 난민 캠프도 2년 전과는 다른 국면을 맞고 있습니다. 그것은, 미국 등 제3국으로의 이주, 즉, 「제3국 재정착」이라는 움직임입니다. 10만 명의 난민 중 8만 명이 희망하고, 2009년 9월 중순 시점에서 이미 약 2만 명이 제3국으로 떠났습니다. 그에 따라 난민 캠프 안에서는, 영어교육이 시작되고, 직물 기술 등 기술을 익히기 위한 교육, 문화적으로 가족 이외와는 거의

커뮤니케이션의 기회가 없는 여성이 사람들 앞에서 말하기 위한 훈련 등 제3국 정착 후의 생활을 돕는 자립 지원도, 관계기관의 노력에 의해 착실하게 진행되고 있습니다. 제3국 재정착이 진행됨에 따라, 이제까지 정착하고 있던 난민 캠프 안에서의 생활에 활발한 움직임이 생겼습니다.

하지만, 그 사람들 모두가 미래를 꿈꾸며 제3국을 원하고 있는 것은 아닙니다. 모국인 부탄에 돌아갈 수 없다면 그대로 네팔의 난민 캠프에 남고 싶다는 생각을 가진 사람도 있습니다. 네팔에서의 정착을 희망하는 사람들에게 대해서는, UNHCR과 그 파트너인 NGO가 중심이 되어, 인근 주민과 함께 지역의 산업을 부흥시키고, 네팔 사회와 함께 공존할 수 있도록 하기 위한 것도

검토하기 시작하고 있습니다.

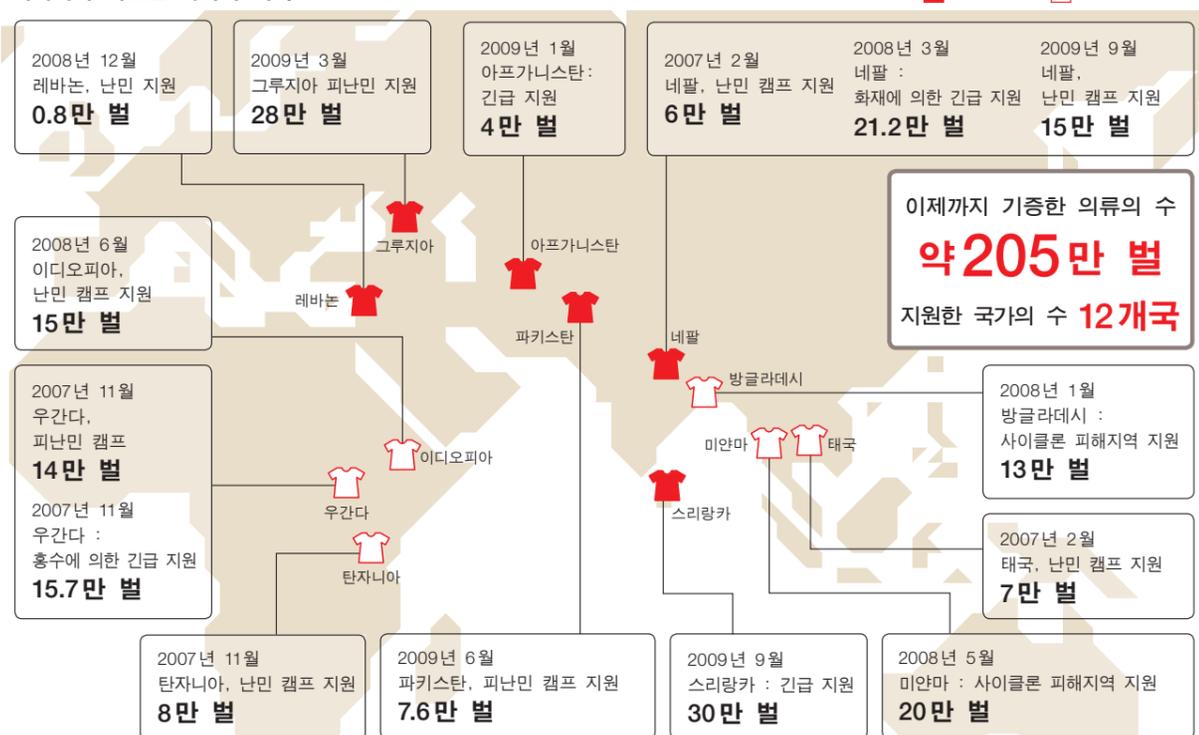
이러한 움직임은 전상품 리사이클 활동과는 직접 관계가 없을지도 모릅니다. 하지만, 현지의 진정한 모습을 이해하고, 그들의 진짜 목소리를 듣고, 문제를 이해한 후에, 예를 들면, 난민들의 최종적인 선택이 제3국 재정착이라면, 그들이 가는 곳까지 끝까지 지켜보는 것이 중요하다고 생각하고 있습니다.



직물 기술의 전수도 자립 지원 활동의 하나



이제까지 지원한 국가와 지역



이제까지 기증한 의류의 수
약 205만 벌
지원한 국가의 수 **12개국**

A: 제3국 재정착이 결정된 사람이 출발 직전에 체재하는 시설, 「IOM(국제 이주 기관) 트랜지트 센터」에서 만난 여성. 유니클로의 오렌지색 후리스를 입고 있었는데, 의젓한 눈매가 인상 깊었다. 많은 괴로운 일들과 조금의 희망. 그녀는 가족과 함께 미국에 갈 수 있는 것이 얼마나 행복한가를, 적은 말수로 이야기해 주었다.
B-F-K: 유니클로의 종업원들이 직접 의류를 배포함으로써 생생한 의견과 정확한 수요를 파악할 수 있다.
C-D-E-G-I-J-L: 새로운 의류를 전달했을 때 그들의 옷은 얼굴에서 옷의 역할을 새롭게 느낀다.
H: 제3국 정착 후의 새로운 생활에 대한 희망이 자립 지원에 임하는 자세와 의욕을 한층 강하게 한다.

학교로, 지역으로. 확산되는 활동의 범위.

도립 고교와 연계하여, 고교판 「전상품 리사이클 활동」을 전개

전상품 리사이클 활동의 범위는, 기증처인 난민 캠프만은 아닙니다. 도립 고교 등 교육기관과 협동하여 벌이는 활동이 그 중 하나입니다. 올해는 도쿄 교육위원회 등과 연계하여, 도립 고교 3개교와 함께 노력하였습니다. 그 중 한 학교, 도립 미하라 고교에서는, 수업의 일환으로, 희망자와 함께 고교판 「전상품 리사이클 활동」을 실시하였습니다. 캠페인 포스터와 팸플릿을 제작, 배포하는 것에서부터, 모인 옷을 기증처인 난민 캠프의 수요에 맞춰, 남성용/여성용, 여름 옷/겨울 옷, 상의/하의 등 13종류로 분류하는 작업까지 하였습니다.

「난민 캠프의 존재를 알고, 활동의 의의를 느끼면서 학생들이 주체적으로 노력할 수 있었다는 것, 또한, 지역 주민들과 함께 할 수 있는 기회를 얻을 수 있었다는 것에 커다란 의미가 있다고 느끼고 있습니다.」



도립 미하라 고교 부교장
구와하라 히로시씨

또한, 중학교/고교 일관 교육을 하고 있는 도립 무사시 고교에서는, 중고생이 중심이 되어, 여름방학과 문화제 기간에도 활동하면서 의류 회수를 하였습니다.



도립 미하라 고교의 캠페인으로 모여진 의류는 5,300벌. 한 사람 한 사람의 마음이 모여 커다란 결과로 이어졌다.

「처음에는, 과연 모일까라고 불안하게 생각했습니다. 하지만, 엘리베이터 옆에 놓인 회수 상자를 보러 갔더니 금방 가득 차 있었습니다. 가득 찬 회수 상자를 모두가 협력하여 몇 번이나 창고에 옮겼습니다. 실제 저희들이 모은 의류를, 난민 캠프의 사람들이 입어준다고 하는 것이 매우 기대됩니다.」



도립 무사시 고교 학생회장
츠키카다 순타군

결과, 미하라 고교에서 약 5,300벌, 무사시 고교에서 1,712벌 모였습니다. 하지만, 그 숫자 이상으로 지역사회 및 다음 세대와 함께 활동하면서, 유니클로가 나아가야 할 방향성의 하나를 실감할 수 있었습니다.

목표는 3,000만 벌. 전세계의 난민들에게 한 벌씩.

이와 같이 다양한 형태로 추진해 온 전상품 리사이클 활동의 목표는 5년 후까지는 3,000만 벌을 모아서, 전세계의 난민(3,137만명)에게 한 벌씩 전달하는 것입니다. 현재 회수량은 연간 약 260만 벌. 목표를 달성하기 위해서는 새로운 네트워크를 활용하여 확산시켜 갈 필요가 있습니다. 2009년은 점포에서의 의류 회수 외에도, 국제연합대학 건물 앞 광장의 「세계 난민의 날」 기념 이벤트, 도쿄 길즈 컬렉션의 특별 전시회장, 미나

PHOTO REPORT

유니클로의 종업원이 실제로 난민 캠프를 방문하여, 고객들로부터 위탁받은 의류를 전달하고 있는 모습을 이하의 WEB 사이트에서도 소개하고 있습니다. 현지의 모습과 난민 문제의 실태를, 사진을 중심으로 전해 드리고 있습니다.

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



의류 회수를 알리는 캠페인 포스터와 활동 보고 등도 고교생들이 직접 만든 것



유니클로 CSR부의 종업원이 강사가 되어, 의류를 받는 사람들이 누구인가, 의류가 어떻게 도움이 되는가를 고교생들에게 설명한다



모아진 의류를 분류하는 작업. 의류를 받는 사람들의 생활을 알고 있기 때문에, 선별하는 눈도 진지해 진다.



세계 난민의 날에 실시한 의류 회수 이벤트에서도 많은 분들에게 활동을 알렸다.

마치다와 미나 텐진에 병설된 이벤트 전시장 등에서도 의류 회수 이벤트를 하였습니다.

앞으로는 전상품 리사이클 활동 자체를 더욱 알리고, 많은 분들이 참가할 수 있도록 전종업원이 활동의 본질적인 의미를 이해하고, 스스로 다양한 행동을 해 나가는 형태로 진화시켜 가려고 합니다.

COLUMN 01 UT×UNHCR 자선 T셔츠 프로젝트

유니클로에서는 난민 문제를 더욱 많은 사람들에게 알리는 것을 목적으로, 2009년 6월, UNHCR 서포터를 시작하고, 각계의 저명한 예술가와 공동으로 자선 T셔츠를 제작하였습니다. 세계 각국의 유니클로 점포에서 판매하고, 수익은 모두 UNHCR에 대한 기부와 난민 지원활동에 충당하였습니다. 이 프로젝트에도 참가하여 주신 쿠사마씨와 오다씨의 평화에 대한 메시지를 소개하겠습니다.

선명한 색채의 밝은 미래

전위 예술가, 소설가
쿠사마 야요이씨



당신이 좋아하는 사랑의 말.
전쟁 없는,
넘쳐 나는 자유의 예감.
분홍빛 물방울 무늬의 T셔츠에
꿈과 평화와 자유의 메시지.
이 선명한 색채의 밝은 미래,
빛나는 행복을 가져다 주기를.



태어나는 아이들을 위하여

싱어송라이터
오다 카즈마사씨



저와 UNHCR의 인연은, 거슬러 오르면 벌써 10년 전의 일입니다. UNHCR의 "다음 세대에, 난민 문제와 그 해결에 대한 관심이 전해졌으면"이라는 염원에서, 제가 만든 「태어나는 아이들을 위하여」(1979년 발표)라는 곡이, 1999년부터 캠페인송으로 사용되게 되었습니다. 이 곡이 UNHCR의 활동에 조금이라도 도움이 된다면 매우 기쁘게 생각합니다. 다음 세대를 위하여 제가 할 수 있는 것은 한정되어 있습니다. 다만, 계속해서 노력해 가겠습니다.

COLUMN 02 난민 캠프에서 꽃처럼 피어나는 가지각색의 옷들

아시아를 중심으로 사진 촬영 활동을 전개하고 있는 사진가 LIO(리오)씨.
네팔에서 우연히 발견한 것은, 처마 끝에 걸려 있는, 선명한 색깔의 유니클로의 후리스였습니다.



신비한 경치를 간직한 나라, 부탄. 그러한 이미지의 부탄으로부터 네팔로 건너 온 난민이 있다는 것을 알고, 인도 국경과 가까운 네팔 동부의 캠프로 향했다.

캠프의 주민들로부터 난민생활의 고락을 들으면서 대나무로 만들어진 간소한 집의 주변을 걷고 있던 중 처마 끝에 어디선가 본 적이 있는 오렌지색의 후리스가 널려 있는 것이 눈에 들어왔다. 혹시나 하고 생각하며 보니까, 역시 유니클로의 상표가 붙어 있다. 유니클로의 전상품 리사이클 활동이라고 생각하고, 집주인에게 물어 보았더니 많은 세대에게 옷이 배포되었다고 한다. 하지만, 그들의 인식은 UNHCR을 경유하여 각국으로부터 온 원조물자의 하나일 뿐이다. 「이 후리스는 유니클로라고 하는 일본의 기업이 만들고 있고, 많은 일본인들이 갖고 있어요. 자, 저도 입고 있잖아요」라고 하면서 조끼의 상표를 보여 주었더니 웃으면서 사진 촬영에 응해 주었다. 그들의 정겨운 표정 뿐만

아니라 생활환경, 평소 입고 있는 옷과의 조화가 전달되는 사진을 촬영하기 위하여 각 가정의 정면과 실내에서 촬영을 하였다. 어떤 남자 아이는 촬영할 때 T셔츠를 뒤집어서 입고 있었는데, 「겉에는 페인트가 묻어서 요즘에는 뒤집어서 입고 있어요」라며 웃었다. 일단 일본에서 그 역할을 마친 옷이 소중하게 다루어져, 다시 생명을 따뜻하게 감싸고 있는 모습은 옷의 기본적인 역할을 우리에게 전해 준다. 그리고, 많은 절망을 가슴에 품고 생활하고 있는 난민들에게 옷을 전달하는 것은, 일본에 살고 있는 누군가가 그들을 염려하고 있다고 하는 메시지를 전하는 것도 되며, 한 벌의 옷이 갖는 따뜻한 이상으로 그들의 마음에 온기를 전하게 될 것이다.



사진작가 LIO

1980년생. 1999년부터 아시아를 중심으로 사진을 찍는 작업을 하면서, 곤경 속에서도 깨끗하게 살아가는 사람들의 모습에 매료된다. 최근에는 인도, 네팔, 티베트를 중심으로 활동을 전개.

www.liograph.com



특집2 장애인 고용

장애인과 함께 일한다

세상에는 장애가 없는 사람도 있고, 장애가 있는 사람도 있습니다. 그렇기 때문에 저희들의 직장도 그런 모습이어야 한다고 생각합니다. 일본의 유니클로에서는 1점포에 1명을 목표로 장애인을 고용하고 있으며, 약 90%의 점포에서 장애인들이 활약하고 있습니다. 저희들은 생각합니다. 필요한 것은 차이를 받아들이는 것이라고. 필요한 것은 서로를 인정하는 것이라고.

오키나와현 유니클로 이온 나하점 우에하라 리에코 / 글 타구치 란디	— 10
오사카 유니클로 나카모즈점 야마다 테츠요시	— 13
야마구치현 유니클로 우베시미즈가와점 미우라 치에코	— 14
도쿄 유니클로 아사쿠사ROX점 스즈키 고	— 15



Special Essay

01 지금 그대로의 당신을 좋아합니다.

글 / 타구치 란디

전국의 점포에 확산되고 있는 유니클로의 장애인 고용. 일본의 기업 중에서도 압도적인 고용수를 자랑하며, 복지 분야에서도 주목 받고 있다. 작가 타구치 란디가 유니클로의 장애인 고용의 원점을 탐방한 오키나와. 거기에서 만난 것은?

우에하라씨와 처음 만난 날의 일은 잘 기억하고 있습니다. 나이도 다르고, 취미도 다르고, 걸어온 인생도 전혀 다른데도 웬지 그녀가 마음에 걸렸습니다. 그녀는 귀에 장애가 있었습니다. 사람들의 목소리가 들리지 않습니다. 하지만, 열심히 살아가고, 일하는 것을 매우 좋아하고, 작은 고생 같은 것은 웃어 넘기면서 살고 있습니다. 그런 그녀의 모습에 저는 매료되었습니다. 저에게도 인생의 고민이 있었습니다. 장애인과 비장애인. 하지만, 서로를 이해하고 싶은 소망이 있었습니다. 모든 사람이 다르기 때문에, 당신은 당신의 모습 그대로인 것이 좋습니다. 함께 서로를 도와 가면서 살아갈 수 있다면... 혼자서 할 수 없는 것을 둘이서는 할 수 있었습니다. 마치 꿈 같지만, 정말 있었던 이야기입니다.

타구치 란디씨

작가. 2000년에 장편소설 『콘센트』(신춘문고)를 발표하고, 집필활동을 시작. 그 후, 폭넓게 인간의 마음의 문제를 테마로 한 작품을 발표. 근간에 『인생을 다시 시작하기에 더 없이 좋은 날』(바지리코)이 있다



장애의 힘겨움은 모르지만, 살아가는 일의 힘겨움은 서로 이해할 수 있다.



장애를 가진 사람을 고용합니다. 회사로부터 「장애인 고용 매뉴얼」을 건네받은 기마씨는 그 내용을 읽고 깜짝 놀랐다고 합니다. 매뉴얼에 써 있었던 것은 형식적인 문장들 뿐. 어떤 지침도 없이, 장애인을 직장에 방치해 버리는 것과 같은 것이었습니다. 기마씨는 「이건 뭔가 아닌데」라고 생각했다고 합니다.

처음으로 장애인 고용으로 취직한 것은 청각 장애를 가진 우에하라 리에코씨였습니다. 그 우에하라씨의 직장에서의 상담역이 된 것이 기마씨였습니다. 너무도 긴장해서 겁을 먹은 우에하라씨. 가능한 한 자기자신을 보이지 않게 하기 위해 언제나

재봉틀 앞에서 묵묵하게 보정 작업을 계속하는 우에하라씨의 뒷모습을 기마씨는 아주 슬픈 마음으로 지켜보고 있었습니다. 이대로라면 우에하라씨는 같은 직장에서 일하는 동료라 될 수 없다. 좀 더 자신을 표현해 나가지 않으면 다른 사람들과 친해질 수 없다. 기마씨는 그렇게 생각했습니다.

「우에하라씨, 좀 더 사람들 앞에 나가요.」 그렇게 말을 건네는 기마씨의 말에 우에하라씨는 당황합니다. 왜냐하면 유니클로는 우에하라씨에게 있어서, 40세가 되어 처음 얻은 직장이었기 때문입니다. 이 시기의 우에하라씨는 가정 사정 때문에 어떻게

우에하라씨와 대화하기 위하여, 기마씨는 조레시에 하루에 한 개, 모든 사람들에게 수화를 배울 것을 제안했다.



우에하라 리에코
청각 장애
오키나와현 유니클로 이온 나하점

「처음에는 고객이 무서웠어요. 하지만, 기마씨가 『괜찮아, 괜찮아』라고 몇 번이나 얘기를 해줘서」



기마 토사토
오키나와현 유니클로 하니스 기노완점

「우에하라씨가 『못 해』라고 말을 해서, 엄청나게 싸운 적이 있어요」

해서든지 일해야만 했습니다. 지금과 같은 시대에 장애가 있는 자신을 고용해 준 것만으로도 고맙다는 그런 마음이었습니다. 혹시 고객들 앞에 나가서 실수라도 한다면, 이라고 상상하는 것만으로도 무서워져서 자신에게는 비장애인 직원들과 똑같이 일한다는 것은 무리라고 생각하고 있었습니다.

우에하라씨의 조심스러운 마음을 기마씨는 아플 정도로 잘 알았습니다. 과묵하게 재봉틀을 향해 있는 뒷모습을 보고 있는 사이에 점점 기마씨의 생각은 바뀌었습니다. 「우에하라씨가 아무리 노력해도 장애를 없애는 것은 불가능하다. 그렇다면 비장애인인 자신이 변하지 않으면 안 된다」. 기마씨는 수화를 배울 것을 결심하였습니다. 수화를 배워서 우에하라씨와 대화할 수 있게 되면 우에하라씨도 좀 더 자신의 마음을 표현할 수 있을 터. 휴식시간에 우에하라씨로부터 수화를 배우고, 조레에서 하루 한 개, 직원들에게 소개해 갔습니다.

직장의 모든 사람들이 수화를 연습하는 것이 우에하라씨에게는 얼마나 격려가 되었는지 모릅니다.

나는 동료로서 받아들여지고 있다. 우에하라씨는 직장의 동료들로부터 사람들 앞에 나설 수 있는 용기를 얻었습니다.

어쩔 수 없이 콤플렉스를 느끼는 우에하라씨. 그런 우에하라씨를 지탱해 온 것은, 기마씨의 「절대로 우에하라씨와 함께 일한다」라고 하는 강한 열의였습니다. 어렸을 때에 아버지를 여의고, 부지런한 어머니의 손에서 자란 기마씨의 마음에는 「사람과 사람은 서로 도우면서 사는 것이다」라는 생각이 깊게 각인되어 있었던 것입니다.

점점 서로의 얘기를 하게 되어, 기마씨와 우에하라씨는 서로의 인생을 알게 됩니다. 모두가 여러가지 고생을 하면서 살고 있다. 장애의 힘겨움은 모르지만, 살아가는 일의 힘겨움은 서로 이해할 수 있다. 모두가 서로 다르다. 하지만, 어딘가 같은 부분이 있다. 그것이 인간이라는 것이다.

기마씨와 우에하라씨의 유대가 점차로 다른 직원들에게도 전달되어 갔습니다. 머리로 아무리 생각해도 알 수 없지만, 함께 일하고 있으면 몸으로 알

수 있는 것이 있다. 그것이 인간 관계. 언제부터인가 모든 사람들이 수화를 배우고, 우에하라씨도 「저는 귀가 들리지 않습니다」라고 자신의 장애를 고객들에게 표현하는 것이 가능하게 되었습니다. 그렇게 되었을 때, 직장은 함께 살아가는 곳으로 변해 있었습니다.

「장애가 있다고 말할 수 없는 것이 가장 괴롭습니다」라고 우에하라씨는 말합니다. 장애도 자기 자신의 중요한 일부이기 때문에.

오키나와에서 장애인 고용이 성공하고 있다. 이 정보는 오키나와에서 전국의 점포로 전해졌습니다. 그리고, 회사내의 「장애인 고용」의 현실태가 재검토되고, 제도가 변화되어 갔습니다. 두 사람의 인간의 만남, 그것이 사회를 변화시켰던 것입니다. 우에하라씨는 올해로 근속 15년이 됩니다. 기마씨와는 지금도 절친한 친구입니다.

인간을 중심에 두고 생각하라. 그것이 유니클로의 장애인 고용의 원점입니다.

**「장애가 있다고 말할 수 없는 게 가장 괴로워요」
(우에하라씨)**



우에하라씨와 기마씨의 수화로 나누는 수다는 굉장히 「소란스럽다」. 수화는 모르지만, 즐거운 얘기를 나누고 있다는 것을, 보고 있으면 알 수 있다.

02

오늘도 하루, 해 보자구!

야마다 테츠요시

사지 장애
오사카 유니클로 나카모즈점

야마다씨의 아침은 일찍 시작한다. 그리고, 빨리 움직인다. 매일 아침 자전거로, 엄청난 스피드를 내서, 누구보다도 빨리 출근한다. 야마다씨가 입사한지 12년. 주택가를 빠르게 가로지르며 통근하는 상쾌한 모습도 이 주변에서는 익숙한 아침 풍경이다.

이전에는 자전거 제조공장에 있었는데, 고객을 접객하는 것이 하고 싶어서 유니클로로 전직하였다. 하지만, 입사하고 나서 곧 야마다씨가 직면한 것은 「거리두기라는 벽」이었다. 직원들과 얘기를 하고 있어도 상대와의 사이에 벽이 있다. (어떻게 상대를 해야 좋지?) 입 밖으로는 내지 않지만, 상대가 당황하는 것이 전해져 온다. 일은 배우면 된다. 하지만, 다른 사람과 서로를 이해하는 것에는 특효약이 없다. 그럴 때마다 대응해 가는 것을 반복하지 않으면 안 된다.

「특별한 것은 아니지만, 원래 사람들과 얘기를 하는 것을 좋아해서요. 휴식시간이라든지, 제 쪽에서 말을 걸려고 했습니다.」

입사 당시의 이러한 날들을,

야마다씨는 지금도 선명하게 기억하고 있다고 한다. 「거리두기라는 벽」이 조금씩 낮아져 간 것은 입사 후 3개월이 지날 무렵이었다.

뒤쪽에서 하는 작업에서 점차로 고객 접객으로, 그리고 「계산대 작업도 하고 싶습니다」라고 스스로 점장에게 말했다.

「당시의 점장은 굉장히 고민했던 것 같아요. 지금 제가 생각해도, 그건 그래라는 생각이 드네요.」

실제로 해보니까 어땠을까?

「엄청나게 혼났어요(웃음). 하지만, 기뻐했습니다. 유니클로는 『어디까지 할 수 있을까』를 우선은 시도하게 해 줍니다. 당연히 합격/불합격은 있지만, 자기 자신이 인정받고 있다라고 실감할 수 있어요」

계산대는 고객 접객의 가장 중요한 장소임과 동시에 돈을 취급하기 때문에 고객들의 보시는



눈도 당연히 엄격하다. 야마다씨는 계산대에서 일하면서 고객들의 모습에 관해서 어떤 통계를 냈다고 한다.

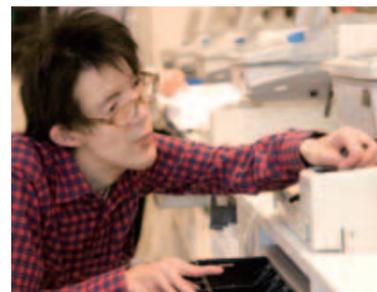
「제가 계산을 하고 나서 몇 분이 영수증의 내용을 확인하는가를 봤습니다.」

결과, 10명 중 8명이 영수증을 확인하고 있었다. 불안한 모습으로 영수증을 확인하는 고객들의 뒷모습을 야마다씨는 몇 번이나 보았다.

일을 하고 있으면 누구라도 분한 경험, 힘든 일이 당연히 있다. 하지만, 그러한 경험의 전부를 통하여 야마다씨 자신도 변해 갔다. 「계산대 일과 고객 접객을 하면서 『사람들이 보고 있다』라는 것을, 자신이 인정하지 않으면 안 되게 되었다」라고 한다.

「이전에는 세상은 모순되어 있다고 생각했었습니다. 세상에 대해 토라져 있었죠. 하지만, 지금은 자, 어떻게 이 세상을 변화시켜 갈까라고 생각하고 있습니다. 어때요? 지금의 모습 멋있죠? (웃음)」

snapshot 야마다씨가 하는 일의 이모저모



8:30 계산대 준비. 각 계산대에 거스름돈으로 이용할 돈을 분류하여 넣는다



9:00 포장 상자에서 상품을 꺼내어, 색상, 사이즈별로 옷걸이에 건다. 옷걸이를 그물 선반에 걸어가게 앞에 진열한다.

03

멋쟁이 미우라씨

미우라 치에코 (사진 왼쪽)

지적 발달 장애
야마구치현 유니클로 우베시미즈가와점

진노 요코씨 (사진 오른쪽)

코에카이 장애인 취업/생활지원 센터
취업지원 담당자



「『유니클로』라고 하는 회사의 얘기를 들었지만.... 고객 접객도 있는 것 같고, 관둘까라고 생각했는데.」

이전 직장을 그만 두고, 다음 일을 찾고 있던 미우라씨. 그런 그녀로부터, 코에카이 장애인 취업/생활지원 센터의 진노씨에게 걸려온 그 날의 전화는 여느 때와는 조금 달랐다. 다른 사람 이상으로 「일하는 것」에 열의를 가지고 있는 미우라씨라고는 생각되지 않는, 조금 위축된 목소리. 하지만, 잠깐만. 진노씨는 직감한다.

「유니클로라면, 미우라씨에게 잘 맞아요!」

진노씨가 미우라씨와 처음으로 만났던 것은 미우라씨가 이전의 직장을 그만둔 직후이다. 장애인 고용을 지원하는 지역의 네트워

크에는, 직업 안정소와 장애인 직업 센터 등도 있지만, 진노씨가 속한 장애인 취업/생활지원센터는 일 뿐만 아니라 생활지원도 한다는 점에서 다른 곳과는 다르다. 미우라씨에게 있어 가장 가까운 상담상대가 진노씨다.

미우라씨는 취업활동에 굉장히 적극적이었다. 하지만, 유니클로에 대해서는 그다지 열의와 현실감을 느끼지는 못했다. 그 이유는 미우라씨의 이전 직장은 가공식품 공장. 회사 밖의 사람들과의 교류가 없고, 일하는 내용도 같은 작업의 반복. 매일 다양한 고객들이 찾아오는 유니클로와는 전혀 다른 환경이다. 미우라씨가 망설이는 것도 무리는 아니다. 하지만, 진노씨의 생각은 달랐다.

「가장 큰 이유는 치장하는 것을 좋아하는 사람이기 때문에

(웃음). 좋아하는 것이 라면, 더욱 적극적으로 일할 수 있어요. 그리고, 환경도 변하지만, 이전 직장에서도 오래 일했던 경험이 있기 때문에 기본적인 노동습관과 직장 매너도 완벽하고. 유니클로의 일은 오히려 잘 맞는다고 생각했어요.」

진노씨는, 함께 취직활동을 하는 가운데, 확실하게 발견하였다. 미우라씨의 능력 뿐만 아니라, 인품과 좋아하는 것, 그리고, 일하는 것에 대한 생각 같은 것을.

「왜냐하면, 직장을 구하지 못해서 『정말 우울해』라고 말하고 있을 때에도 몸치장만은 빼놓지 않아서 (웃음)」

진노씨의 권유도 있어서 유니클로에 입사한 미우라씨. 현재는 이전 직장 이상으로 활기차게 일하고 있다. 점포에 일하는 모습을 보러 온 진노씨에게도 「다음에는 바지의 단을 올리는 것도 해보고 싶다」고 즐거운 듯이 얘기한다.

「꿈과 목표를 가지게 된 것이 굉장히 좋다고 생각해요. 장애가 있어도 한 단계 발전해 갈 수 있는, 더 높은 곳을 지향할 수 있는, 그러한 환경이 미우라씨에게는 좋았다고 생각합니다.」

미우라씨 혼자였다면 유니클로에서는 일하고 있지 않았을지도 모른다. 하지만, 진노씨가 함께 함으로써 미우라씨의 꿈도 가능성도 넓혀졌다.

snapshot 미우라씨가 하는 일의 이모저모



상품을 포장상자에서 꺼내어, 색상별, 사이즈별로 정리하는 작업. 비닐 봉투에서 꺼내서, 사이즈를 확인하고, 정리하고... 리드미컬한 손놀림으로, 눈 깜짝할 사이에 한 상자 완료.



휴식시간 직원 룸. 일 이외에도, 점심식사 때, 휴일에 갔던 장소에 대해서 이야기한다. 입사하기 전의 미우라씨로부터는 상상할 수 없다.

04

유니클로에 오기까지

스즈키 고
고차 뇌기능 장애
도쿄 유니클로 아사쿠사 ROX점

어머니 스즈키 마유미씨

스즈키 마유미씨의 장남인 고씨가 사고를 당한 것은 20세 때였다. 기적적으로 목숨을 구해서 약 1개월 후에는 퇴원. 의사에게서도 「후유증은 없다」라는 말을 듣고, 얼핏 보면 사고 이전의 상태와 거의 다르지 않은 수준까지 회복했다. 하지만, 가족이 본 고씨는 분명히 이전과 달랐다. 방금 얘기한 것도 금방 잊어버리고, 갑자기 화를 내고, 난폭해진다. 이러한 고씨의 행동이 사고에 의한 후유증(고차 뇌기능 장애)이라는 것이 인정된 것은 사고 후 4년 7개월이 지난 무렵이었다.

유니클로에 면접을 보러 온 것은 겨우 후유증 인정을 받고, 사회복귀를 향해서 막 걸음을 내딛기 시작했을 때이다. 고씨의 상태도 아직까지 안정되지 않았다.

「면접에 대해서 『하고 싶지 않다』는 본인을, 『속여서』 데리고 갔어요. 입사 후에도 3년 정도는 정말로 힘들었어요」라고 마유미씨는 당시를 회상한다.

통근도 처음에는 불안했다. 아침에는 혼자서 출근했지만, 퇴근은 걱정이 되어서 점포를 나올

때에 휴대전화에 문자 메시지를 보내도록 이야기를 하고, 근처 역에서 매일 고씨의 퇴근을 기다렸다.

또, 마유미씨도 꽤 시일이 지나고 나서 알았다고 하는데, 입사 후

2년 정도는 점심 휴식시간 중 다른 직원들과의 잡담에도 참가하지 않고, 점심식사 후에는 남자 화장실 안에 틀어 박혀 있다가 휴식시간이 끝날 때까지 나오지 않았다고 한다.

「『누군가가 말을 걸거나 잡담을 하면 뇌가 피곤해져서 오후까지 집중력을 유지할 수 없으니까』라고 말하는 거예요. 이 얘기를 들었을 때는 굉장한 충격이었어요. 하지만, 실패를 반복하고 스스로 괴로운 경험도 했기 때문에 오히려 기억력도 조금씩 좋아졌다고 생각해요.」

입사 당시 고씨는 일을 배우기 위해서 메모를 해도, 메모한 종이를 잃어버리거나 메모한 사실 자체를 잊어버리고 마는 상태였다. 그것이 지금은 고객 접객과 피팅 같은 일련의 작업을 해내는 등 장애가



있다는 이유로 할 수 없는 것은 거의 없다. 고씨의 증상은 당시에는 상상도 할 수 없을 만큼 회복하고 있다.

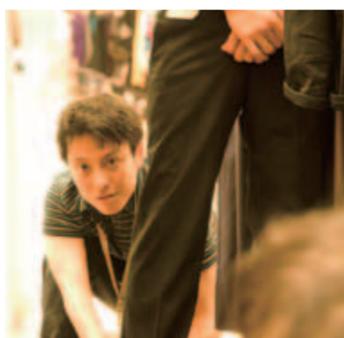
「고차 뇌기능 장애」는 고씨의 사고 당시에는 물론 지금도 아직 잘 알려지지 않은 것이고, 눈에 보이지 않는 장애이기 때문에 주위로부터도 이해를 받는 것이 어렵다. 마유미씨는 지금 고차 뇌기능 장애를 더욱 많은 사람들에게 이해시키기 위해서 각지에서 강연 활동을 하고 있다. 가족들이 고씨와 함께 힘겹게 걸어온 길은 같은 장애를 가진 사람들의 미래를 향한 길이 되고, 비장애인과 장애인이 서로를 이해하기 위한 길이 되어 계속 넓어져 가고 있다.

snapshot 스즈키씨의 on time · off time



아사쿠사는 고향. 런치 타임은 거의 외식을 한다. 자주 가는 스시 식당의 주인과는 친구가 되었다. 가면 「고, 너, 항상 먹는 걸로 할 거냐?」라는 말을 들을 정도

아침에 와서 메모를 하는 것은 그 날의 예산과 전날의 매출, 그리고, 휴식 시간 뿐. 어려운 상품명도 전부 외우고 있다.



「도전」하는 것은 즐겁다.

프로 휠체어 테니스 선수 쿠니에다 신고씨

테니스를 시작했을 때에는 테니스라고 하면 「여자애들이 하는 스포츠」라는 이미지가 있었고, 그 당시 유행하고 있던 만화의 영향도 있어서 농구를 좋아했었습니다. 하지만, 고등학교에서 해외원정을 가서 거기서 처음으로 프로의 플레이를 봤습니다. 기술과 기백에 소름이 끼쳤습니다. 「언젠가 나도 저 안에서 승부를 하고 싶다」라고 생각했던 것을 기억하고 있습니다. 프로가 된 지금, 지금보다 더 많은 사람들이 휠체어 테니스를 알았으면 좋겠습니다. 그것을 위해서도 큰 무대에서 플레이하고, 제가

계속 이기는 것으로 주목을 모으고 싶습니다. 그리고, 어린이들에게 꿈을 주고 싶습니다. 장애를 가지고 있어도 무엇에든 도전하기를 바랍니다. 도전은 즐겁습니다. 무서운 것도 있지만, 해 보지 않으면 모릅니다. 용기를 갖고 발걸음을 내딛는 것이 중요하다고 생각합니다.

9세 때에 척추 종양에 의해 휠체어 생활을 시작. 2008년 베이징 패럴림픽 싱글 부문 금메달. 2009년 4월 일본인으로는 최초로 프로 전향을 선언. 8월, 유니클로와 소속계약을 체결



최대의 과제는 「모른다」라는 것

주식회사 복지 벤처 파트너즈
대표이사 오츠카 유키코씨

왜, 장애인의 고용율이 신장되지 않는가? 행정/기업/사회, 각각에 문제가 있지만, 최대의 원인자 공통적으로 말할 수 있는 것은 「모르는 것」. 기업도 행정도 일반 생활자도, 장애인에 관해서 무관심하고, 모르는 것이 많습니다. 현재의 일본사회 속에서는 학교에는 특별학급이 있고, 비장애인과 장애를 가진 어린이가 구별되는 교육을 받고 있거나, 사회에 나가서도 「일하는 장애인」의 모습을 보는 것은 적고, 하물며 「장애인으로 부터 무언가 서비스를 받는」 기회는 굉장히 한정되어 있습니다. 그러한 사회 속에서는 기업과 일반인들이 「장애인과 함께 일한다」는 것을 현실감 있게 생각할 수 없고, 「일손이 되지 않는다」, 「일할 수 없다」고 일방적으로 생각해 버리는 것도 당연한 것일지 모릅니다. 하지만, 정말 그럴까요? 유니클로에서는 장애인도 「함께 일하는 동료」, 「귀중한 인재」로서 활약하고 있습니다. 그것이 가능한 것은 일의 내용적

특성 뿐만 아니라, 「올바른 것을 올바르게 행하여 기업가치를 높여 간다」고 하는 경영전략 속에 장애인 고용도 들어가 있는데, 그것을 현장의 종업원들이 다함하지 않고 실행해 간 결과라고 생각합니다.

장애인 고용을 추진하는 데 우선 필요한 것은 사람들이 관심을 갖게 하는 것입니다. 그렇기 때문에 유니클로가 자사의 노력을, 회사내에서만 끝내는 것이 아니라, 다른 기업과 사회에도 전달해 주길 바랍니다. 그것을 위해서도 장애를 가진 직원들이 뒤쪽의 작업 뿐만 아니라 전면에서 더욱 더욱 활약해 주길 바랍니다.

「이렇게 활약하고 있는 사람들이 있다」는 사실은 장애인의 가족에게도 용기를 줍니다.

사회에 장애인과 접할 수 있는 기회가 늘고, 사람들이 자연스럽게 관심을 가지게 되면, 장애인 고용의 현상향도 변화되어 갈 것이라고 생각합니다.



컨설팅 회사에서의 근무를 거쳐 1999년 독립. 장애인의 자립지원 활동을 하고 있는 야마토 운수 전화장인 고 오그라 마사오씨의 만남을 계기로, 「복지와 경영의 융합을 통하여 장애인이 일하는 장소를 만들어 가고 싶다」며 2003년 주식회사 복지 벤처 파트너즈를 설립

특집3 유니클로의 상품이 탄생되는 현장

「정말 좋은 옷」을 만드는 현장, 사람, 노동환경

현재, 유니클로의 상품은 중국을 비롯한 아시아 지역을 중심으로 한 파트너 공장에서 생산되고 있습니다. 「정말 좋은 옷을 제공한다」라는 공통의 목표 하에서 문화와 언어의 벽을 넘어 다양한 노력을 하고 있습니다.



고객에게 안심할 수 있고, 안전한 상품을 전달해 드리기 위해서 파트너 공장의 노동환경에도 배려

상품을 제조하는 해외 파트너 공장

유니클로는 중국을 비롯하여 베트남, 방글라데시 등 아시아 지역을 중심으로 한 생산 파트너와 하나가 되어, 상품의 안전관리와 생산 효율 향상, 지속적인 품질 개선에 노력하고 있습니다. 현재, 파트너 공장은 약 70개의 회사. 글로벌하게 사업을 전개하고 있는 다른 SPA*와 비교해서도, 매우 적은 숫자입니다. 저희들은 파트너 공장에 대해서, 단지 납기와 가격 교섭만을 하는 관계를 원하지 않습니다. 전세계의 고객들에게 정말 좋은 옷을 제공하고, 고객들을 기쁘게 해드리기 위하여, 함께 지혜를 짜내고 함께 성장한다는 「이념」까지 공유하고, 일심동체가 될 수 있는 관계야말로 진정한 파트너라고 생각하고 있습니다.

그렇기 때문에 파트너 공장에 요구하는 것도 상품의 안전성과 품질 유지에 그치지 않고, 공장내 노동환경의 개선, 종업원의 안심과 안전 등 여러 방면에 걸쳐 있습니다. 저희들이 요구하는

것들 가운데에는 당장 실현하기는 어려운 것, 공장측의 노력만으로는 해결할 수 없는 과제도 있을 것입니다.

하지만, 지금 당장 해결할 수 없다고 하더라도 뜻을 같이 하고 함께 노력해 갈 수 있는 공장과 함께 노력을 하고, 그 가운데 생산되는 상품이야말로 진정으로 고객들이 안심하고 입을 수 있는 「정말 좋은 옷」이라고 생각합니다.

노동환경의 안심과 안전을 위하여

고객들이 안심하고 입을 수 있기 위해서는 완성된 제품의 품질은 물론, 상품을 생산하고 있는 과정인 공장의 노동환경의 적정성도 중요하다고 생각합니다. 2004년부터는 노동환경 개선을 목적으로 유니클로의 주요한 봉제 공장을 대상으로 외부 전문기관에 의한 모니터링을 실시하고 있습니다.

아동 노동이나 강제 노동은 논외로 하더라도, 과도한 작업시간과 연속 근무와 같은 문제가

발생하는 배경에는 발주자인 유니클로측에도 그에 상응하는 원인이 있는 경우도 있습니다. 어떤 사정으로 발주시기가 늦어지는 등 갑작스런 계획 변경으로 인한 악영향이 생산현장에까지 파급되는 사례가 있을 수 있습니다. 그러한 사례는 저희들이 스스로 체크함으로써 없애 가지 않으면 안 됩니다.

공장의 노동환경 문제는 사회 구조와 밀접하게 관련되어 있습니다. 단지 문제를 발견하고 페널티를 부과하는 것만으로는 해결할 수 없습니다. 공장측도 메리트를 느끼고, 스스로 노력하도록 지속적으로 대화를 해 가는 것, 또한, 그 결과, 사회에 공헌할 수 있는 노력으로까지 확산시켜 가고 싶습니다. 그렇지 않으면 문제의 최종적인 해결에는 이르지 못합니다. 저희들은 그렇게 생각하고 있습니다.

*SPA : 「Specialty store retailer of Private label Apparel」의 약어로, 제조 소매업을 의미한다. 소재 조달, 기획, 개발, 제조, 물류, 판매, 재고 관리 등 제조에서 판매까지 모든 공정을 일관하여 하는 업체를 말한다. 생산 자체는 외부 위탁하고 있는 케이스가 많다.



품질의 관리 및 향상을 위하여 「장인(匠人)」이라고 불리는 숙련 기술자를 일본으로부터 파트너 공장에 파견. 기술 전승 이외에도 공정과의 신뢰관계 구축이라는 면에서도 중요한 역할을 한다.



유니클로의 상품을 생산하고 있는 거대한 공장의 내부 모습. 유니클로의 담당자도 정기적으로 공장을 방문하여, 대화하고, 함께 지혜를 짜낸다.

유니클로가 지금 할 수 있는 것, 할 수 없는 것

2009년, 모니터링 신기준을 제정

유니클로는 「생산 파트너를 대상으로 한 코드 오브 컨덕트*(행동규범, 이하 CoC로 표기)」에 기반하여 주요 봉제공장의 노동환경을 모니터링(감사)하고 있습니다. 모니터링의 결과는 당사 기준(A~E)에 의해 평가됩니다. 아동 노동 등, 특히 심각하고 악질적인 사례가 발각된 경우는 E평가를 하여 즉각적으로 거래를 재고합니다. 또한, C평가 및 D평가를 받은 공장에 대해서는 개선지도를 하는 것과 함께 결과를 확인하기 위한 팔로우업 모니터링을 실시하고, 개선이 보이지 않는 경우는 거래를 재고하는 등 엄정한 자세로 임하고 있습니다. 이러한 노력은 2004년에 시작하였는데, 5년째를 맞이한 2009년, 평가기준을 이제까지보다도 한층 엄격하게 변경하였습니다. 예를 들면, 이제까지 아동 노동은 즉각 거래를 재고하고, 강제 노동은 가장 낮은 평가인 D평가를 하였습니다. 이번의 개정에서, 아동 노동/강제 노동에 국한하지 않고, 즉각적으로 거래를 재고하는 E평가를 새롭게

만들어, 거래 재고의 대상 범위를 확대 하였습니다. 또한, 「공장 종업원의 인권/안전 및 주변환경에 미치는 영향이 매우 크다」고 판단되는 모든 경우를 D평가로 하고 있습니다. 기준 변경을 하는데 있어, 공장 경영자와 담당자들을 대상으로 한 설명회를 실시하여, 개정 포인트와 모니터링의 의의를 설명하고, 그 내용을 철저히 주지시키기 위해 노력하였습니다.

해외 파트너 공장

2009년 6~8월, 거래처인 99개 공장에 대해서 신기준에 기반한 모니터링을 실시하였습니다. 그 결과, 2009년 8월 말 현재,



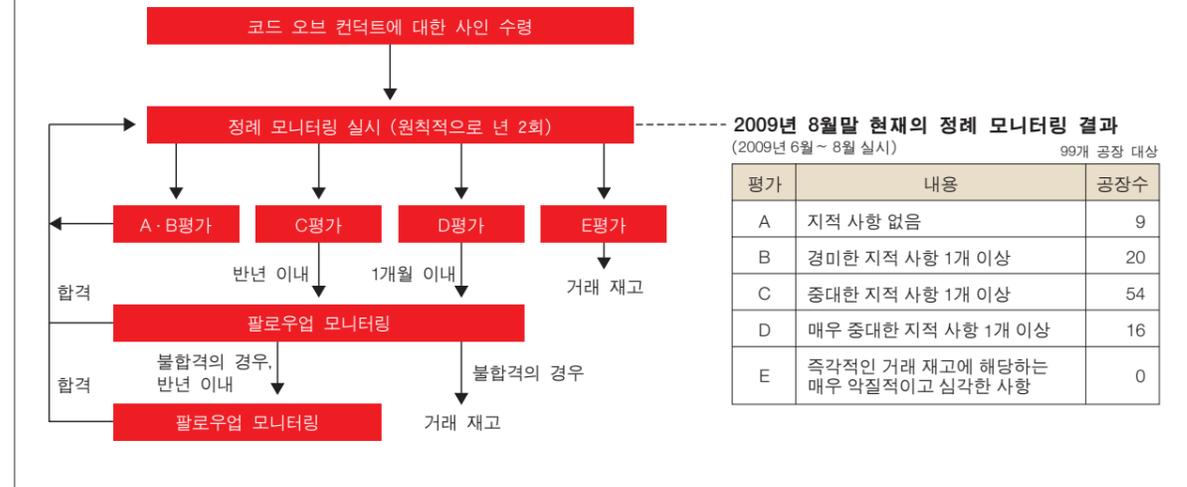
E평가의 공장은 없었지만, C평가가, 가장 많은 54개 공장, D평가는 16개 공장이라는 결과가 나왔습니다.

또한, 신기준에 의한 모니터링 실시 이전인 올해 4월, 어느 공장에서 아동 노동이 적발되어, 거래 재고를 하였습니다. 유니클로는 모니터링 결과를 진지하게 받아들여, 거래처 공장과 함께 재발 방지 대책 및 개선 노력을 해 가는 동시에, 결과에 관해서 수시로 정보 공개를 하였습니다.

*코드 오브 컨덕트: 행동규범. 유니클로에서는 아동 노동의 금지와 작업시간의 제한 등에 관하여 「생산 파트너를 대상으로 한 코드 오브 컨덕트」를 제정. 거래처인 봉제공장과 서약서를 교환하고 있다.



신기준에 의한 모니터링 방법 및 정례 모니터링 결과



2009년도(2008년 9월~2009년도 8월)에 적발된 D평가 및 거래 재고에 해당하는 매우 심각한 사례

D평가의 구체적인 사례

- 강제 노동**
15~20명의 종업원이 있는 생산라인에서 화장실 출입 허가증을 1장 밖에는 주지 않고, 자유롭게 화장실에 가는 것을 제한하고 있다고 생각하는 사례 발각. 해당 공장에 개선 보고서 제출을 요구하고, 팔로우업 모니터링으로 개선을 확인하였다.
- 연속 근무**
샘플링한 종업원 중에서 최장연속근무가 37일간이나 되는 근무자가 있었다는 것을 발각. 해당 공장에 즉각 개선을 요구하고, CSR 담당자가 개선상황을 정기적으로 확인함과 동시에, 이후에 팔로우업 모니터링을 실시할 예정.
- 종업원의 안전 확보**
기숙사 건물 3층에 2개의 비상구 중 1개에 자물쇠가 잠겨 있어, 종업원의 비상시 안전경로가 확보되지 않았다는 점이 발각됨. 해당 공장은 즉각 개선을 요구하고, CSR 담당자가 개선상황을 계속적으로 확인함과 동시에, 이후에 팔로우업 모니터링을 실시할 예정.

거래 재고에 해당하는 매우 심각한 사례

* 사례는 모니터링 기준개정 전(구기준)의 정례 모니터링에서 발각된 것으로, 신기준으로는 E평가에 해당하는 것입니다.

- 아동 노동**
정례 모니터링에서 샘플링한 종업원 25명 중 3명이 만 16세 미만이었다(2명이 15세, 1명이 14세). 또한, 종업원의 인사 파일을 확인한 결과, 10명은 ID 카드의 사본이 없어 연령을 확인할 수 없는 상황이었다. 각자 만 16세에 달할 때까지의 최저임금에 해당하는 금액을 일괄지급하고, 일시적으로 퇴직시키도록 공장측에 요청하였으며, 또한 지불한 사실을 증명하는 서류 제출을 요구하고, 대응상황에 대해서 2009년 4월 말에 패스트 리테일링이 방문하여 확인하였다. 또한, 해당 공장과는 거래 정지 조치를 취하였다.
- 허위 보고**
정례 모니터링에 있어서, 생산현장의 노동시간 기록과 인사과에서 제출된 노동시간 기록 간의 불일치가 발견되었다. 인사과에서 제출된 시간 기록은 생산현장의 기록보다 짧았는데, 종업원에 대한 인터뷰 결과는 생산현장의 기록과 일치하였다. 그 후의 조사에 의해, 모니터링 실시 전에 장시간 노동이 지적되었기 때문에, 2008년 12월에 한하여, 노동시간을 짧게 기재한 기록을 작성하여 허위 보고서를 제출한 것으로 판명되었다. 허위 보고는 매우 악질적인 것으로 간주되는 것이기 때문에 저희 회사 생산부에게 해당 공장과의 거래 재고 권고를 하였다.

유니클로의 상품을 만드는 사람

유니클로에서는 공장의 노동환경은 물론 그곳에서 일하는 종업원의 생활환경에도 배려하고 있습니다. 광동성 동관시에 있는 어느 공장의 사례를 소개하겠습니다.

▶ 종업원

광저우 등 비교적 도시부에 있는 공장의 경우, 종업원의 약 80%가 지방 출신자로, 가족과 떨어져 공장에 병설된 기숙사에서 생활하고 있습니다. 주말에는 가족에게 꼭 전화를 한다고 하는 종업원도 있습니다.

▶ 식사

아침/점심/저녁 식사는 공장내 식당에서 하는 것이 대부분입니다. 풍성한 양의 점심 식사는 한 끼당 약 2.5~3.5위안(일본엔 약 35~50엔)입니다.

▶ 기숙사 생활

기숙사의 넓이는 평균 약 25㎡. 여기에 6개의 침대가 놓여 있습니다. 외부전문기관에 의한 공장 모니터링시에는 기숙사 내부 환경도 체크 대상이 됩니다.

공장 노동환경 모니터링의 흐름

노동환경을 적정하게 유지하기 위해, 원칙적으로 년 2회, 외부 감사 회사에 의한 모니터링(감사)을 실시하고 있습니다. 공장내에는 물론, 기숙사와 식당 등 생활환경도 체크하는 모니터링의 모습을 소개하겠습니다.



01 9:00 오프닝 미팅

감사 회사로부터 감사원 2명이 공장에 도착. 오프닝 미팅에서는, 공장장과 인사 담당자 등과 하루의 일정과 코드 오브 컨덕트 및 체크 포인트에 관하여 확인합니다.



02 9:30 감사 개시

감사원은 서류 체크와 공장의 현장 체크의 두 팀으로 나뉘어 조사 개시



03 창고

현장팀은 창고로. 재료와 상품의 관리 상황은 물론, 포장 상자들이 넘어질 위험성은 없는가 등 공장 종업원의 안전성이 유지되고 있는가도 중요한 포인트.



감사원 「포장 상자를 너무 많이 쌓은 건 아닌가요?」

05 공장 종업원 인터뷰

노동환경상의 문제가 숨겨져 있지 않은지 공장 종업원에게도 인터뷰.



감사원 「식사시간과 휴식시간은 충분합니까?」
 공장 「예. 매일 점심 시간을 즐거운 마음으로 기다리고 있습니다. 공장 종업원의 사생활 보호를 위하여 인터뷰는 독립된 방에서 이루어지며, 정취 내용은 엄중하게 보관됩니다. 또한, 공장 종업원이 긴장하지 않도록 공장 근처에서 이런 저런 얘기들을 하면서 이야기를 듣는 경우도 있습니다.



04 공장내

생산 라인 사이를 빠짐 없이 걸으면서 명확하지 않은 점은 공장 담당자에게 수시로 질문. 기록용으로 카메라로 촬영도 합니다.



감사원 「가위 등 공장 종업원 개인이 소지하는 위험물은 어떻게 관리하고 있습니까?」
 공장 「떨어뜨리거나 분실하지 않도록 끈을 연결하여 테이블에 고정하고 있습니다. 또한, 작업 종료시에는 도구들을 전부 한 장소에 수납하여 관리하고 있습니다.



공장 「구급상자는 여러 장소에 설치해 두고 있고, 소화기도 정기적으로 점검하고 있습니다.



06 비상시의 공장 종업원 안전 확보

구급상자와 소화기가 필요한 때에 바로 사용할 수 있는 장소에 설치되어 있는가 등 비상시의 안전대책을 확인.



07 12:00 식당

점심 시간의 식당으로. 주방의 위생 관리, 음식 재료의 보관 상황을 체크.



비상벨을 실제로 작동시켜, 경보음이 울리는가와 비상등이 기능하는가를 확인



감사원 「소화기는 바로 사용할 수 있도록 문에 자물쇠를 채우지 않는 것이 바른 사용법입니다.

10 16:30 클로징 미팅

감사원이 체크한 항목/내용을 공장측에 전달, 모니터링은 종료. 평가결과는 나중에 유니클로의 기준에 따라 5단계로 평가하여, 각 공장에 전달합니다.



09 서류 체크

현장팀이 공장내를 면밀하게 체크하고 있는 동안 서류팀은 인사/급여 등의 서류를 확인. 최종적으로는 현장팀과 합류하여, 인터뷰 내용 등과 정합성이 있는가도 검증합니다.



08 기숙사

공장내 뿐만 아니라, 기숙사의 환경이 안전하고 위생적으로 유지되고 있는가도 중요한 포인트.



나라와 문화, 그리고, 입장을 뛰어 넘어, 함께 사고하고, 성장하는 「노력」을 하기 위하여

파트너 공장, 유니클로의 생산 담당자, CSR 담당자—, 다른 입장의 3자가 협력하여,
함께 발전하는 것을 목표로, 노동환경 개선을 비롯한 CSR 활동 추진에 노력하고 있습니다.

공장 **CSR 노력이 공장의 경쟁력을 높인다**
거래처 공장의 총경리

저희들은 유니클로와 함께 CSR 노력을 적극적으로 추진함으로써 공장의 경쟁력을 한층 높여 가고자 합니다. 이제까지 직장환경의 정비, 임금과 노동시간 문제 등 가능한 것부터 한 걸음씩 노력해 왔는데, 그 결과, 종업원의 정착률이 높아지고, 공장의 위상도 향상된 것을 실감하고 있습니다. 공장이 있는 산동성 칭다오시 주변은 이 지역 출신의 종업원들이 많은데, 그들이 저희 회사에서 기술을 습득하고, 오랫동안 일해 주는 것은 지역사회에 있어서도 좋은 것이며, 결과적으로 숙련자가 증가하면 공장의 경쟁력도 높아질 것이라고 생각합니다. CSR 노력에 의해 이러한 선순환이 이루어질 수 있도록 해 나가고 싶다고 생각하고 있습니다.

공장 **CSR은 코스트가 아닌 투자이다**
거래처 공장의 총경리

CSR에 대한 저희들은 생각은 유니클로와 다른 점이 없습니다. 그룹의 수뇌부가 정책적으로 그 중요성을 강조하고, 리더십을 갖고 추진하고 있는 것도 유니클로와 같습니다. 때로는 과제가 발생하는 경우도 있지만, 유니클로의 생산팀과 함께 두 회사에 있어 메리트가 있는, 대응가능한 생산계획으로 재조정하며 추진하고 있습니다. CSR은 사업 코스트라고 하기 보다는 장기적인 시야에 입각한 사회와 사람에 대한 투자라고 생각합니다. 그것은 고객과 함께 살아가고, 함께 성장하고자 하는 저희들의 회사의 비전과도 통하며, 유니클로와 함께 일하는 것을 통하여 얻은 생각, 경험이라고 생각합니다.

현지 사무소 **자립 행동이 CSR의 열쇠**
(주)유니클로 상하이 사무소
소장 **시마다 토모오**

CSR에서 가장 중요한 것은 그것이 파트너 공장의 자립된 노력이라는 점입니다. 유니클로는 큰 거래처이기 때문에 라든지, 감사가 있기 때문에 어떻게든 통과해야겠다는 생각이 아니라, CSR에 대하여 노력하는 것으로 공장의 레벨이 높아지고, 좋은 상품이 만들어진다는 점이 중요한 것입니다. 분명히 CSR 노력에는 일정한 코스트가 필요합니다. 하지만, 거기에 과감하게 도전하고, 관리의 수준이 높아진 기업은 결과적으로 크게 성장해 갑니다. 눈 앞의 과제로부터 도망치면 성장은 없습니다. 유니클로와 함께 정면으로부터 CSR에 노력하고, 자립하여 행동하는 경영자가 증가되어 온 것은 아주 든든한 일이라고 생각합니다.

CSR 담당 **한 걸음씩 노력하면 반드시 해결의 길이 있다**
(주)패스트 리테일링 CSR부
부장 **닛타 유키히로**

저희들의 팀은 정기적으로 파트너 공장에 대해 개선 지도를 하고 있습니다. 경영자 여러분들에게는 분명히 번거로운 면도 있을 거라고 생각하지만, 모니터링의 목적은 문제점을 지적하거나, 질책하거나 하는 것이 아닙니다. 더욱 좋은 공장이 되는 방법을 생각하는 것입니다. 당장 해결할 수 없는 것이라도 한 걸음씩, 시간을 들여 노력하면 반드시 길은 있습니다. 실제로, 유니클로가 발주하고 있는 공장은 품질도 CSR 관리도 아무지게 하고 있다고 하는 이유로 인해, 세계의 톱 브랜드로부터 새로운 발주를 얻은 공장도 있습니다. 파트너의 레벨이 향상되는 것은 정말로 기쁜 일입니다. 힘을 합쳐서 더욱 성장해 가고 싶습니다.



2009년도 활동 보고

contents

고객과 함께	25	윤리경영 및 CSR 매니지먼트	32
거래기업과 함께	27	패스트 리테일링 그룹의 CSR에 관한 기본적인 생각	33
지역사회와 함께	28	패스트 리테일링 그룹의 개요	35
종업원과 함께	29		
환경보전활동	31		

Data 01

고객과 함께

모든 「고객」에게 정말 좋은 옷을 제공

기본 방침

패스트 리테일링은 상품, 매장, 서비스, 커뮤니케이션 등 판매에 관계된 활동에 관해서는 물론, 조직체제 만듦과 경영계획, 그 외 모든 경영시책에 관해서도 「고객의 입장에 입각」하는 것을 경영이념으로 내 걸고, 항상 의식하며 노력합니다.

11만 9,213건

고객의 의견

고객의 의견을 반영하기 위하여

패스트 리테일링은 메일과 전화, FAX 등에 의한 고객 창구를 설치하고, 연중무휴로 고객의 문의를 접수하고 있습니다. 또한, 유니클로의 점포에서는 고객에게 「서비스에 관한 양케이트」 엽서를 적극적으로 배포하여, 고객의 의견을 직접 접수하고 있습니다.

고객으로부터 받은 의견은 CS 추진부가 정리하여, 신속하게 관련부서와 경영진에 보고함과 동시에 회답이 필요한 의견에 관해서는 신속하게 회답하는 체제를 갖추고 있습니다.



패스트 리테일링 콜 센터

709명

CS 직원상 수상 인원

고객 서비스 향상을 위한 시책

유니클로는 CS(고객 만족) 향상을 위하여 다양한 노력을 하고 있습니다. 점포에서는 「CS 직원상」과 「CS 점포상」 등 모든 점포에서 매일 고객이 점포와 직원에게 해주신 칭찬을 점수로 환산하여, 직원과 점포를 매월 표창하는 제도를 마련하고 있습니다. 2009년도에는 709명의 직원과 397개의 점포가 표창을 받았습니다. 표창을 받은 직원들은 다른 직원의 모범이 되어 활약하고 있으며, 앞으로 더욱 더 고객 만족도 향상을 향한 노력을 해 나가고 있습니다.

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 상하이 사무소에 있는 생산부내의 「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.

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, 대량생산시에는 「생산중 검사」를 실시하는 외에도 공장 출하시에는 모든 상품의 「출하전 검품(바늘 및 위험물의 혼입 여부 포함)」을 하고 있습니다. 또한, 생산 파트너 공장에서 검사가 확실하게 이루어졌는가를 확인하는 「출하전 검사」를 제3자 공적 기관과 협동으로 실시하고 있습니다. 또한, 창고에 상품이 반입된 후에는, 창고에서의 「일부 검품」 외에도 제3자 기관에 의한 「샘플 검사」도 실시하고 있습니다.

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

1건

리콜 건수

상품 리콜에 관하여

(주) GOV 리테일링의 신발 판매 점포 및 (주) GOV 리테일링의 도매점인 (주) 캐빈의 여성복 판매점 「안라씨네」 점포에서 판매한 여성용 부츠에 불량인 것이 판명되어 해당 상품의 리콜을 실시하였습니다. 이것은 생산공정에서 신발 바닥을 임시 고정시켰던 금속이 제거되지 않아서, 신발 바닥의 안쪽에 바늘 같은 돌출물이 나와 있던 것으로, 점포 및 창고의 재고 수량 8,383켤레 중 5켤레가 확인되었습니다. 해당상품 중 이미 판매된 수량은 4,812켤레입니다.

이번 리콜에 있어서는, 거래기업과의 커뮤니케이션에 원인이 있었다고 인식하고 있습니다. 재발 방지를 위하여, 한층 더 거래기업과의 대화를 진행함과 함께, 높은 수준의 품질안전관리체제를 거래기업과 함께 구축해 가겠습니다. 앞으로는 그룹 차원에서도 재발 방지를 위하여, 한층 더 품질관리체제의 강화에 노력해 가겠습니다.



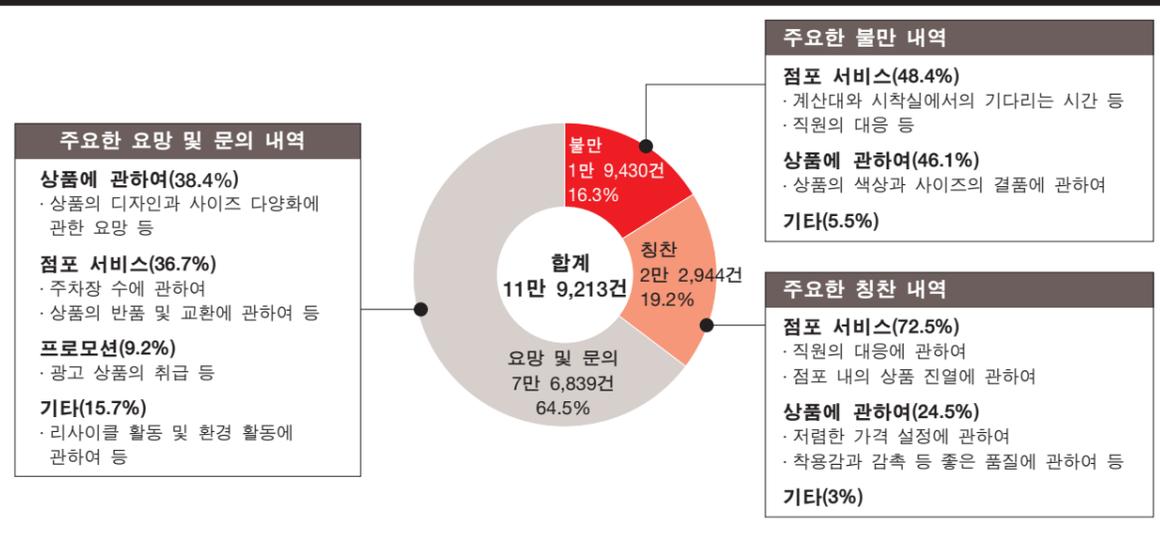
31명

「장인(匠人)」의 수

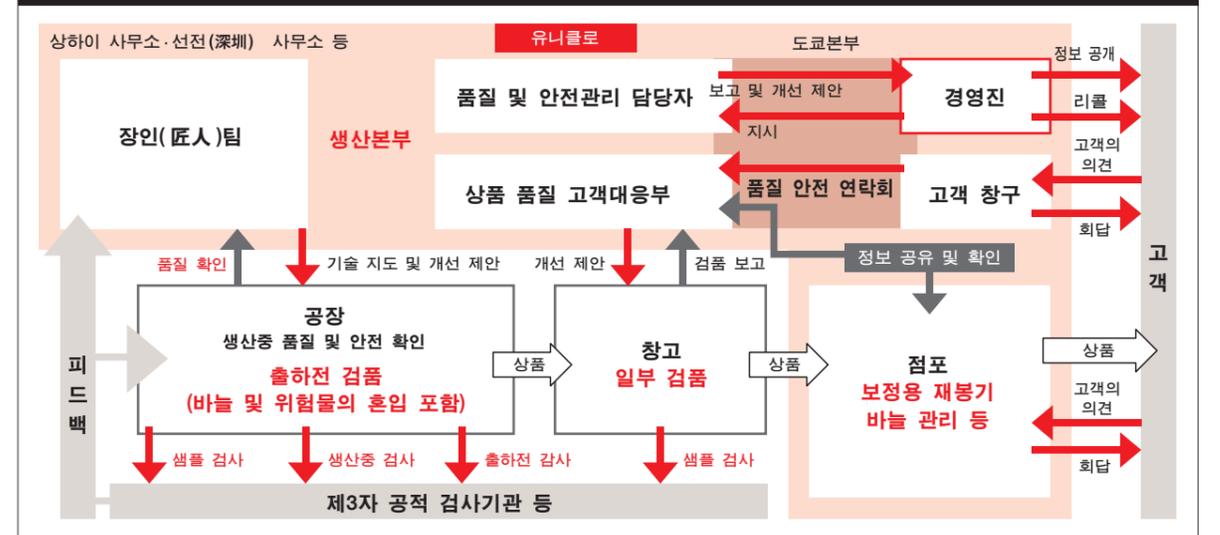
품질과 안전성을 지키는 「장인(匠人)제도」

유니클로는 2000년부터 일본이 세계에 자랑하는 섬유산업에서 장기간의 경험을 가진 「장인(匠人)」이라고 불리는 기술자를 각 공장에 파견하여, 생산현장에서의 기술 지도와 공정 관리, 인재 육성을 담당하도록 하고 있습니다. 소재 장인(匠人)과 봉제 장인(匠人)으로 나뉘어서, 현재 31명의 장인(匠人)이 중국을 비롯한 생산지역에서 활약하고 있습니다.

2009년도에 고객으로부터 접수된 의견 집계 결과



유니클로의 품질 및 안전관리 체제



거래기업과 함께

「거래기업」과의 더 좋은 파트너십의 구축

기본
방침

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.

파트너 공장의 노동환경 모니터링

유니클로는 중국을 비롯한 베트남, 방글라데시 등 아시아 지역을 중심으로 약 70개 회사의 생산 파트너와 일체가 되어 상품의 안전관리와 생산효율의 향상 및 높은 품질의 추구를 위해 노력하고 있습니다. 또한, 상품이 적절한 환경 하에서 생산되고 있는가를 정기적으로 모니터링하고, 개선을 추진함과 동시에, 정보 공개를 하고 있습니다. (상세한 내용은 특집 P17~23 참조)

45건 기업거래 윤리위원회 상정건수

기업거래 윤리위원회의 설치

유니클로는 거래기업과 대등하고 우호적인 파트너십을 구축하기 위하여 2004년에 「기업거래 윤리위원회」를 설치하고, 「우월적 지위의 남용* 행위 방지 가이드라인」을 제정하였습니다. 기업으로서 적절하지 않은 행위를 없애기 위하여 종업원의 의식을 제고하고, 기업 행동을 재검토해 가는 것으로, 2009년부터는 그룹의 모든 회사를 대상으로 노력을 시작하였습니다. 위원회는 CSR부 책임자를 위원장으로 하고, 상근 감사, 사외 감사, 고문 변호사와 사내 관계부서의 책임자를 중심으로 구성하고 있습니다. 2009년도는 45건의 안건이 상정되었습니다. 구체적으로는, 일방적인 거래 정지와 축소 등이 없는지, 또한, 트러블 발생시에 소요된 비용의 부담 비율이 불공평하지는 않은지 등을 심의하고 있습니다.

심의할 때는, 당사와 거래기업, 쌍방의 의견을 청취하고, 사실 관계를 조사한 후에 위원회에 상정하고, 그 결과를 통지하고 있습니다.

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



217건 앙케이트 회수 건수

거래기업 앙케이트 조사(제6회)를 실시

패스트 리테일링은 모든 부서를 대상으로 3개월에 한 번 거래기업과 트러블이 있는지 조사를 하고 있습니다. 또한, 거래기업에 대해서는, 2003년부터 년 1회 앙케이트 조사를 실시하여 거래 내용과 저희 임원과 종업원의 행동에 문제가 없었는지 확인하고 있습니다.

2009년도 거래기업 앙케이트의 결과

- 실시기간: 2009년 8월~10월
- 대상: 패스트 리테일링 및 유니클로의 주요 거래기업
- 앙케이트 회수 건수: 국내 134사/202사 (회수율 66%)
해외 83사/135사 (회수율 61%)
- 앙케이트 항목의 예:
 - 당사 사원의 태도와 대응에 관하여 (금전 리베이트의 유무, 면담시의 매너 등)
 - 거래시의 대응에 관하여 (계약조건 변경의 유무, 계약조건 이외의 납기와 흥정 등의 요구의 유무)
- 앙케이트 결과의 구체적인 코멘트 사례:
 - 면담시 복장이 거의 캐주얼 복장이다.
 - 면담시간을 일방적으로 정하거나, 사전 약속을 안 하는 경우도 있다.
 - 현재, 환경보전과 인권보호가 기업으로서의 책임이며, 상품 품질과 안전성 향상 뿐만 아니라, 한발 더 나아가 실천을 함께 해야 한다.



지역사회와 함께

「지역 공동체」와 조화하는 발전

기본
방침

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

71,102그루 식수 그루수

「세토우치 올리브 기금」을 지원

NPO법인 「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 2001년부터 점포에서의 모금 활동을 시작하였습니다. 또한, 2003년부터는 테시마(豊島)에서 올리브를 비롯한 나무들을 심고 그것을 관리하는 자원봉사 활동을 시작하였습니다. 이제까지 전국에서 연인원 700명의 종업원이 자원봉사자로서 참가하고 있습니다. 2009년에는 올리브 식수는 물론, 제초와 해안 청소 활동, 벚꽃 가로수의 정비, 경작 방지에서의 벼농사 등 더욱 지역에 뿌리를 둔 활동을 시작하였습니다.

이제까지 고객으로부터 모금한 기금과 활동실적

모금액의 누계: 134,383,335엔
식수 그루수: 71,102그루
2009년도의 조성단체수: 41단체 (2009년 8월말 현재)

「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 국제적인 스포츠 조직입니다. 유니클로는 2002년부터 SO 일본본부의 공식 파트너로서 자원봉사자용 유니폼을



제공하고, 경기 대회의 운영 자원봉사자로서 지원하고 있습니다.

2009년도는 SO 아이다호 동계 대회에 출전한 일본 선수단 87명의 공식 유니폼을 제공하였습니다. 동계 대회에 대응할 수 있도록, 방한성이 높은 벤치코트, 히트 테크놀로지 속옷, 후리스 등 모두 9개의 아이템을 기증하였습니다. 또한, 종업원에 의한 대회 운영 자원봉사 활동을 하였습니다.

448명 자원봉사에 참가한 종업원의 연인원

종업원의 자원봉사 활동

패스트 리테일링은 2004년에 종업원이 자발적으로 사회공헌활동에 참가할 수 있는 기회를 제공하는 자원봉사 조직인 「패스트 리테일링 자원봉사 클럽」을 발족하였습니다. 종업원이 적극적으로 자원봉사 활동에 참가하기 쉽게 하기 위하여, 메일 매거진에 의한 자원봉사 정보의 제공과 활동 경비 보조 등을 하고 있습니다.

패스트 리테일링 자원봉사 클럽의 개요

- 참가 대상:
 - 패스트 리테일링 그룹에 소속한 전종업원과 그 가족
- 종업원에 대한 활동 보조 내용:
 - 자원봉사 활동 정보의 제공
 - 자원봉사에 소요되는 활동 경비 보조
 - 자원봉사에 참가하기 위한 참가 교통비의 80% 보조

긴급재해지원의 실시

패스트 리테일링은 2001년부터 재해를 당한 분들에게, 의연금과 의류 등을 지원하는 활동을 하고 있습니다.

2009년에는 9월말에 발생한 수마트라 지진, 필리핀 태풍, 서사모아 지진 피해자에 대하여, 총 1,100만엔의 의연금 기부 및 수요가 높은 속옷류 등의 구원물자에 의한 지원을 실시하였습니다. 또한, 각국의 그룹 회사의 종업원으로부터 의연금을 모아 약 80만엔이 모였습니다. 의연금은, 재단 법인 조이세프(JOICFP), 일본 적십자사, 특정 비영리 활동 법인 젠(JEN) 등을 통하여 피해자 분들에 대한 지원에 쓰였습니다.

종업원과 함께

「종업원」 한 사람 한 사람의 존중과 성장을 위하여

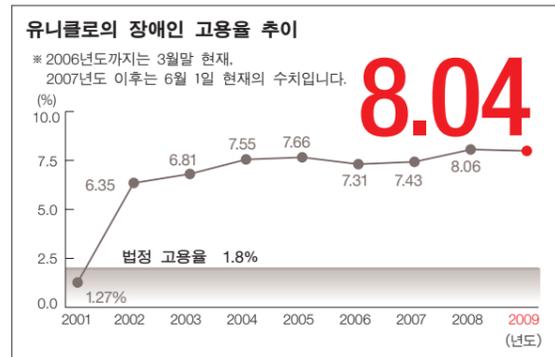
기본 방침

패스트 리테일링은 일하기 편한 직장환경의 실현과 종업원 만족도의 지속적인 향상을 목표로 하고 있습니다. 한 사람 한 사람을 존중하고, 회사와 개인이 함께 성장할 수 있도록 다양한 환경을 정비하고, 글로벌한 시점에서 혁신적인 사업을 해 나가는 인재의 육성에 노력하고 있습니다.

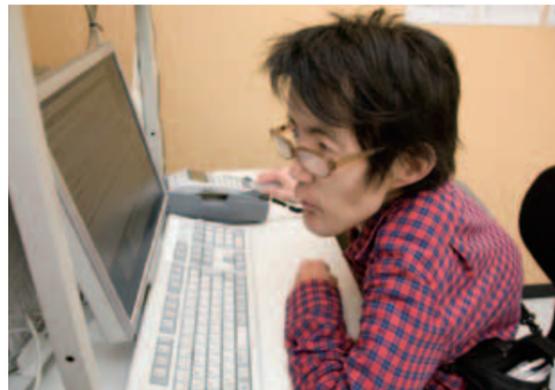
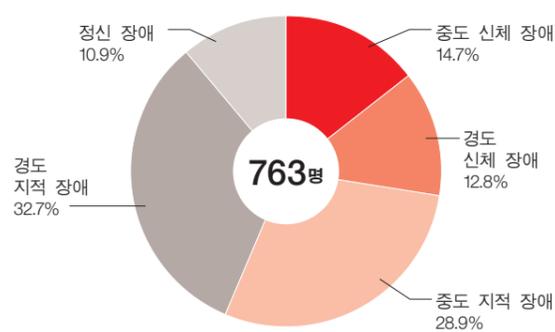
장애인 고용의 추진

유니클로는 2001년부터 「한 점포당 한 명 이상」을 목표로 장애인 고용에 노력해 왔습니다. 장애가 있는 종업원을 다른 직원들이 도와주면서 일하는 것은, 점포 직원간의 팀워크를 향상시키는 것에도 기여하고 있습니다. 현재는 약 90%의 점포에서 고용이 진행되어 유니클로 회사 전체의 장애인 고용율은 법정 고용율인 1.8%를 큰 폭으로 웃도는 8.04%입니다.

앞으로는 유니클로의 사례를 참고로 하여, 그룹 각사에서의 고용도 함께 점진적으로 노력해 나가겠습니다.



직원의 장애 종류 (2009년)



145명 육아 휴가 취득자수

워크 라이프 밸런스(Work Life Balance)

유니클로는 일과 생활의 양립을 지원하고, 회사와 개인이 계속적으로 성장할 수 있는 환경을 만들기 위하여, 육아, 가족 간호 휴가제도를 개정하여, 지금까지보다 더 종업원이 장기적으로 근속할 수 있는 환경을 갖추고 있습니다. 육아 휴가의 경우, 아이가 돌을 맞을 때까지, 또한, 직장 복귀 후의 육아 단시간 근무의 경우, 아이가 초등학교 4학년이 되는 해의 3월까지 취득 가능합니다.

육아, 가족 간호 휴가 취득자수 (2009년)

	정사원	그 외	합계
육아 휴가 취득자수	28명	117명	145명
가족 간호 휴가 취득자수	1명	0명	1명

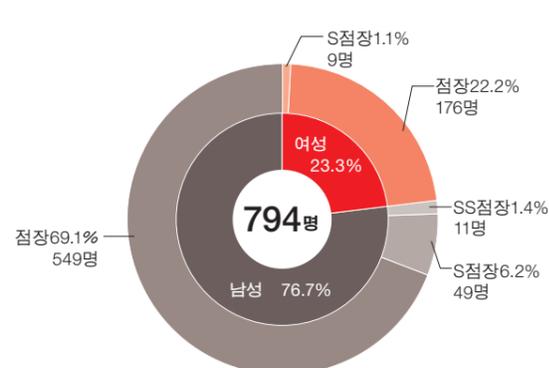
23.3% 여성 점장의 비율

다양성의 추진

유니클로는, 본부에 있어서, 여성과 외국인, 중도 입사자 등 다양한 인재가 능력을 발휘할 수 있도록 다양성에 관한 프로그램을 추진하고 있습니다.

또한, 유니클로 점포에서는, 여성 점장의 캐리어 개발을 위하여, 「여성 점장 프로젝트」를 2004년에 시작하였습니다. 정기적으로, 남성 종업원도 참가하는 「위민스 포럼(Women's Forum)」을 개최하는 것 외에, 전국에서 일하는 여성 점장을 소개하는 책자 「style」을 발행하고 있습니다.

점장의 남녀 비율 (2009년)



※SS(슈퍼스타) 점장, S(스타) 점장은, 일반 점장 이상으로 책임과 권한이 부여되는 점장직으로, 모든 점포의 모범이 되고, 회사 전체에 영향을 줄 수 있는 우수한 인재를 등용하고 있습니다.

13개국 이상 종업원의 국적

외국인 유학생의 적극적 채용

사업의 글로벌화에 따라, 패스트 리테일링에는 일본 국내 뿐 아니라, 미국, 영국, 프랑스, 캐나다, 러시아, 중국, 한국, 싱가포르, 태국, 네팔, 베트남, 몽고 등 전세계 13개국 이상의 다양한 국적의 종업원이 종사하고 있습니다.

또한, 사내에서의 커뮤니케이션을 원활히 하기 위하여, 전사원을 대상으로 한 자료에 영어판을 첨부하고, 영어와 중국어 등의 어학 연수를 하는 등 직장 환경의 글로벌화도 추진하고 있습니다.

주 4일 잔업 없는 날

잔업 없는 날의 운용

유니클로는 장시간 노동을 줄이고, 작업의 효율을 향상시키는 것을 목적으로, 본부에 있어서 주 4일의 잔업 없는 날을 설정하고 있습니다. 정기적으로 회사 전체에 캠페인을 하고 잔업이 많은 부서와 개인에 대해서는 개별적으로 지도도 하고 있습니다.

그 외, 정사원을 대상으로 정규 유급휴가 이외에 연간 16일의 특별휴가를 마련함과 함께 계획적인 휴가 이동을 촉진하고 있습니다.

종업원의 건강관리에 관해서는, 매일 건강 관련 정보를 메일로 발신하고, 건강 상담실을 개설하고 있습니다. 또한, 멘탈 헬스에 관해서는 사외에 상담 창구를 설치하고 있습니다.

386건 노동 재해

노동 재해

유니클로는 통근시와 업무 중에 부상과 사고가 없도록 종업원에 대한 주의 환기를 하고 있습니다. 지난 한 해, 통근시의 사고가 116건, 업무 중 사고가 270건 있었습니다. 업무 중의 사고에 관해서는, 보정 작업 등에 사용하는 재봉기에 의한 것이 38건으로 가장 많이 발생하고 있습니다. 앞으로도 사내 연락과 점장 연수 등을 통하여 정기적으로 주의 환기를 하여, 재발 방지에 노력해 가겠습니다.

200명 글로벌 경영자 육성 목표수

인재 육성

패스트 리테일링에서는, 글로벌하게 활약할 수 있는 경영자를 육성하기 위한 기관 「FR Management and Innovation Center」를 설립, 전세계의 우수한 젊은이들을 국적에 관계 없이, 장래의 경영간부 후보로서 채용하고 있습니다. 이러한 노력은 글로벌 경영자 200명을 육성하는 것을 목표로, 경영 인재 후보의 성장을 항상 확인하고, 적절한 기회를 부여하여, 자발적인 성장을 촉진하는 것으로, 이제까지 없었던 전혀 새로운 노력입니다.

또한, 유니클로는 2000년부터 사원을 대상으로 한 인재개발과 교육을 목적으로 「유니클로대학」을 설치하고 있습니다. 점포와 본부에서 요구되는 인재상에 기반하여, 신인 점장 연수, 서비스 연수, 캐리어 스텝 연수 등 종업원의 캐리어 향상을 체계적으로 지원하고 있습니다. 예를 들어, 종업원이 독립하여 회사를 만들고, 유니클로의 프랜차이즈 점포를 전개할 수 있는 「사원 프랜차이즈 제도」, 또한, 일반 점장 이상으로 책임과 권한이 부여되는 「슈퍼스타 점장 제도」 등 개인의 캐리어에 상응하는 제도를 운용하고 있습니다.

유니클로 대학의 주요 커리큘럼

- 신입사원 연수 (대상: 신입사원/시기: 입사시/3회)
- 지역 사원 연수 (대상: 지역 한정 정사원/시기: 채용시/2회)
- 점포 관리자 연수 (대상: 점장/시기: 점포 관리자 승격시/2회)
- 신인 점장 연수 (대상: 신인 점장/시기: 점장 승격시/2회)
- 신입사원 인수 점장 연수 (대상: 신입사원 인수 점장으로 임명된 자/시기: 신입사원 인수시기/1회)
- 점장 연수 (대상: 모든 점장/시기: 반년/1~2회)
- 신인SV 연수 (대상: 신인SV/시기: SV승격시/2회)



환경보전활동

계속적인 환경부하 저감과 환경보전활동

기본 방침

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, 최저한의 자원으로 최대의 부가가치를 제공하기 위해서는 어떻게 하면 좋은가를 항상 생각합니다.

패스트 리테일링으로서의 환경 테마

패스트 리테일링은, 상품의 기획, 생산, 물류, 판매, 폐기까지, SPA의 모든 프로세스에 있어서, 2007년에 제정한 환경방침에 기반하여, 환경부하 저감을 위해 노력하고 있습니다. 또한, 2006년부터 시작한 유니클로의 전상품 리사이클 활동과 같이, 본업을

통하여, 고객과 함께 노력할 수 있는 환경보전활동을 계속하여 추진하고 있습니다.

환경방침은 웹사이트를 참조하여 주십시오.

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

유니클로 사업에 있어서의 노력과 주요한 환경부하항목*

A 상품에 있어서의 환경배려

유니클로는, 최첨단의 소재를 사용하는 것으로, 의복을 통하여 사람들의 쾌적한 생활에 공헌하는 것도, 환경에 대한 배려라고 생각하고 있습니다.

B 공장 출하시의 노력

유니클로는 공장 출하시에 상품의 품질을 유지할 목적으로 사용하고 있는 폴리에틸렌의 삭감에 노력하고 있습니다. 2009년도는 2,736만장의 폴리에틸렌 봉투를 삭감하였습니다.

C 물류에서의 에너지 절약 및 자원절약 활동

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

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, 비용과 자원의 낭비를 없앴습니다.

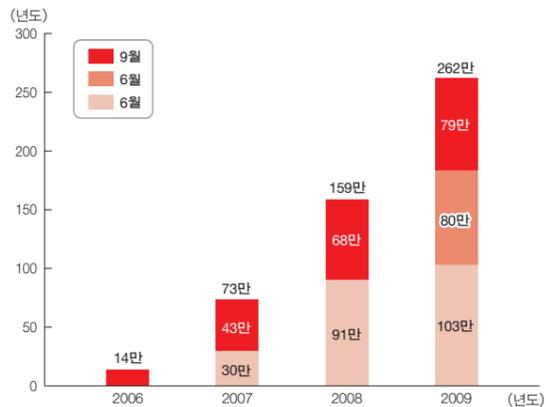
E 점포에서의 에너지 절약 및 자원절약 활동

유니클로의 모든 점포에는, 「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 전상품 리사이클 활동

유니클로 점포에서는 고객에게 불필요해진 의류를 회수하여 재이용 및 리사이클하는 활동을 하고 있습니다.(상세한 내용은 특집 P3~8 참조)
2009년은 3월에 103만점, 6월에 80만점, 9월에 79만점으로 총 262만점의 의류를 회수하였습니다.

지금까지 회수된 의류량 추이



In 원재료의 투입	에너지 연료 등	본부 사무실		가스사용량 8,193m³	
		전력사용량 5,549,887kWh	복사용지 사용량 9,702,587매		
자재 등	국내물류 에너지 사용량(열량) 166,166GJ	점포 전력사용량 154,669,947kWh		용기포장 4,600t	
	기회 A	생산 B	물류 C	판매 E	사용/폐기 F
Out CO2와 폐기물의 배출	대기 배출	본부 사무실 CO2 배출량(전력, 가스) 3,494t-CO2		국내물류 CO2 배출량 11,381t-CO2	점포 CO2 배출량(전력) 63,415t-CO2
		가연물 배출량(휴지 등) 391t	불연물 등 배출량(페플라스틱 등) 4t	점포 일반 폐기물 배출량 19,485t	고객 전상품 리사이클 활동으로 제공받은 상품 441t

* 수치 데이터에 관하여
● 원칙적으로 2009년도의 수치를 기재하고 있습니다. ● 점포의 데이터는, 일부의 임대점포에 관해서는 포함되어 있지 않습니다.
● 본부 사무실의 데이터는, 가스 사용량은 야마구치본사만의, 그 이외는 야마구치본사와 도쿄본부의 수치입니다.

윤리경영 및 CSR 매니지먼트

세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다

기본 방침

기업의 사회적 책임을 다하기 위하여 윤리경영을 중시하고, 그것을 그룹의 모든 회사의 종업원 한 명 한 명에게 확산시키기 위한 체제를 갖추고 있습니다.

CoC의 도입

코드 오브 컨덕트(CoC)는 유니클로를 비롯하여 패스트 리테일링 그룹 전사에 도입하고 있습니다. 도입시 뿐만 아니라, 년 1회, 종업원 전원이 내용을 확인하고, CoC를 준수하겠다는 취지를 담은 서약서에 서명하도록 하여, 확실히 주지하도록 노력하고 있습니다.

* 코드 오브 컨덕트의 내용은 일본어, 영어, 한국어, 프랑스어, 중국어로 번역하여 인터넷상에 공개하고, 언제나 확인할 수 있는 환경을 갖추고 있습니다.

내부 통제

패스트 리테일링은 사업 활동의 기본방침을 정한 「경영이념」, 「FAST RETAILING WAY」 및 기업윤리와 윤리경영의 기본자세를 정한 「CoC」를 철저히 하고 있습니다. 적법하고 적정하고 효율적인 사업활동을 하여, 재무제표의 신뢰성을 확보함은 물론 기업정보의 공개에 있어서의 통제 및 절차를 확립하고 있습니다. 또한, 이러한 것을 담보하기 위하여 당사에 의한 객관적인 내부감사를 실시함과 함께 패스트 리테일링 그룹으로서 정기적으로 리스크 분석을 하여, 그 리스크 관리에 노력하고 있습니다.

상세한 사항은 웹페이지를 참조하여 주십시오.

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

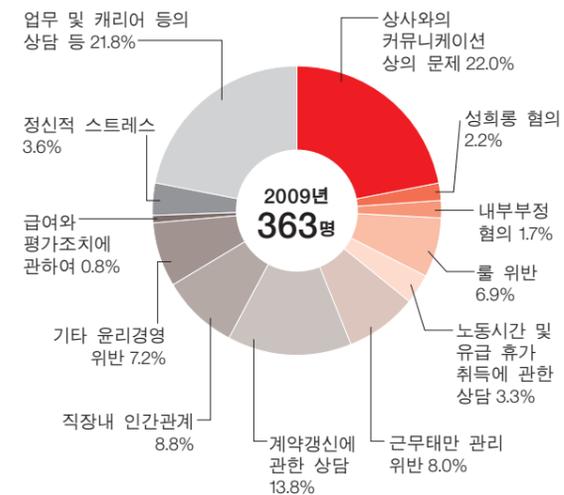
293 → 363건

하라인 상담건수

하라인의 운용

패스트 리테일링은 일에 관한 고민과 CoC 위반에 관하여 상담할 수 있는 종합창구(하라인)를 그룹 각사에 설치하고 있습니다. CoC 위반의 혐의가 있는 사건에 관해서는 하라인 담당자가 상담자의 프라이버시를 보호하면서 실태 조사를 실시. CoC 위원회에서 각 사건에 따른 구체적인 해결을 위한 심의를 하고 있습니다. 2009년도부터는 국내 그룹 회사의 하라인 통보 창구를 통일하여 상담을 접수하고 있습니다. 이것에 의해, 상담건수는 2008년보다 대폭적으로 증가하고 있습니다. 앞으로도, 그룹 회사 전체에 대하여, 윤리경영 위반에 관한 사례를 공개하는 등 재발 방지에 노력해 가겠습니다.

하라인 2009년도의 건수와 그 내용



* 숫자는 국내 그룹 회사(패스트 리테일링, 유니클로, 캐빈, GOV 리테일링)의 합계입니다.

패스트 리테일링 「CSR 위원회」 (2개월에 1회 개최)

패스트 리테일링 그룹 전체의 윤리경영 추진 체제와 사회 및 환경 활동 등에 관하여 논의를 행하고 있습니다. CSR부 책임자가 의장이 되고, 경영수뇌부, 임원, 사외 인사 등으로 구성되어 있습니다.

유니클로 「코드 오브 컨덕트(Code of Conduct) 위원회」 (1개월에 1회 개최)

CoC를 어떻게 확산시킬 것인가에 관한 논의를 합니다. 또한, 하라인에서 상담된 사내의 윤리경영상의 문제점과 관련된 내용을 거론하여 구체적인 해결책을 검토하고, 개선하려고 노력합니다. CSR부 책임자가 위원장이 되어, 감사, 사외 변호사 등이 위원회의 멤버가 됩니다.

패스트 리테일링 「기업거래 윤리위원회」 (1개월에 1회 개최)

(상세한 사항은 P27 참조)

개인정보의 보호

패스트 리테일링은 CoC에 관한 교육 가운데 개인정보의 취급에 관한 중요성을 추가하여 계발에 노력하고 있습니다. 「개인정보 취급 가이드라인」의 운용, 중요한 개인정보를 취급하는 부서에서의 지문인식 등에 의한 입실 통제, 폴더에 대한 액세스 제한, 또한, 각 점포에 있어서는 개인정보 관리책임자를 설치하여, 고객 정보의 관리 규칙을 철저히 하고 있습니다.

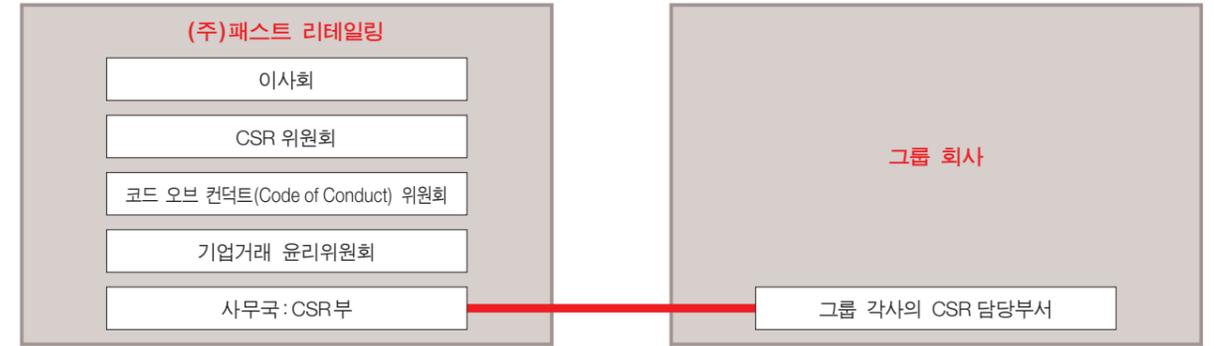
패스트 리테일링 그룹의 CSR에 관한 기본적인 생각

세계를 좋은 방향으로 바꿔나간다

패스트 리테일링은 사람들이 생활하는 데에 필요불가결한 의류의 기획, 생산, 판매를 통하여 「세계를 좋은 방향으로 바꿔나가는」 것을 CSR의 비전에 천명하고 있습니다. 세상을 향하여 계속적으로 가치를 만드는 기업이 되기 위하여 바른 경영을 추구하고 사회와 함께 성장하고 차세대의 세계기준을 창조하는 것. 그것이 저희들의 CSR입니다. 이런 생각을 실현해 가기 위해서, 저희들은 경영 수뇌부와 사외 인사들을 멤버로 하는 CSR 위원회를 조직하고, 전그룹에 걸친 활동을 추진해 가는 CSR부가 중심이 되어 그룹의 모든 회사를 대상으로 활동에 노력해 가겠습니다.



CSR 추진체제



COMPTOIR DES COTONNIERS

크리에이션 넬슨 (Créations Nelson S.A.S.)

바꿀 수 없는 애정의 끈을 테마로 활동

콩트와 드 코트니에는 1995년에 파리와 프랑스 남쪽 투르주의 부티크에서 시작한, 「엄마와 딸」을 컨셉으로 한 브랜드입니다. 2007년부터 전세계의 약한 입장에 놓여 있는 사람들에게 지원을 손길을 내밀는 것을 사명으로 하는 국제협력단체 「세계 의료단(Médecins de Monde)」을 지원하고 있습니다. 약한 입장에 놓여 있는 사람들 중에서도, 전쟁과 질병, 폭력에 의한 피해를 가장 먼저 받는 것은, 대부분의 경우, 여성과 아이들입니다. 2009년은, 출산시의 산모와 아기의 사망률을 감소시키고, 산모가 무료로 긴급 참가 치료를 받을 수 있도록 하는 것을 목적으로, 특히 자택 출산률이 90% 이상이나 되는 네팔의 여성과 아이들을 지원하였습니다. 2009년 4월 1일부터 5월 10일 사이에 판매한 「레옹 (Leon)」 T셔츠 1장의 매상당 500엔을, 세계 의료단에 기부하였습니다. T셔츠 1장 판매수익으로 자택분만도구 12개를 구입하는 것이 가능합니다. 콩트와 드 코트니에는 앞으로도 엄마와 딸의 마음과 마음을 연결하는, 바꿀 수 없는 애정의 끈을 테마로 계속해서 활동해 갈 것입니다.

PRINCESSE tam•tam

파티 빅클 (PETIT VEHICULE S.A.S)

여성과 어린이, 그리고, 질병에 신음하고 있는 사람들을 위하여

프랑스에서 1985년에 설립된, 자유로운 마음을 가진 란제리 브랜드입니다. 주로 프랑스 국내에 160개의 직영점 네트워크를 갖고 있는 것 외에도, 국외에서도 유명 백화점 등을 경유하여 전세계 40개국 이상 1,500개의 매장에서 판매하고 있습니다. 프린세스 탐탐은 여성과 어린이, 그리고, 질병에 신음하고 있는 사람들을 위한 활동을 하는 유니세프와 AIDES, ENFANCE ET PARTAGE 등의 비영리 조직 단체를 지속적으로 지원하고 있습니다. 특히, 유니세프의 Les Frimousses de Créateurs의 활동에는 6년간 참가하고 있으며, 11월에 귀여운 인형을 옥션에서 판매하여, 그 수익을 협회에 기부하였습니다. 또한, 프린세스 탐탐은 프랑스의 잡지 마리 클레라의 편집장이 설립한 Toutes a l'ecole 협회도 지원해 왔습니다. 매장과 웹사이트에서 프란셀 스트라이프 셔츠를 1개에 25유로에 판매하고, 그 중 10유로를 협회에 기부하고 있습니다. 「여성들은 어린이들의 교육에 책임을 지고 있으며, 어린이들에게 지식을 전하는 것이 장래의 저희들의 세계에 필요불가결한 것입니다.」라고 설립자인 티나 키퍼는 말하고 있습니다.

LTH

주식회사 링크 시어리 홀딩스 (Link Theory Holdings)

FTBC 스폰서로서 유방암 캠페인 활동을 시작

Theory는 착용감이 편안하고 모던하면서도 섹시한 평상복을 추구하는 컨템포러리한 여성의 니즈를 실현하기 위해 1997년에 뉴욕에서 탄생한 브랜드입니다. Theory는 2008년에 미국 패션 디자이너 협의회(CFDA)의 요청을 받아 일본 여성의 아름답고 건강한 생활을 응원하기 위하여 일본의 Fashion Targets Breast Cancer (FTBC) 파트너로서 유방암 캠페인 활동을 시작하였습니다. 2008년 10월에는 Theory의 크리에이티브 디자이너 Istvan Francor이 디자인한 로고 T셔츠 2 패턴과 가방, 로고 배지를 전국의 매장 (Theory, Theory Men's, Theory Luxe, Theory Petit, PLS+T)에서 판매하였습니다. 이 활동을 통해서 얻은 수익은 (재)일본 대암(對癌)협회 「유방암을 퇴치하는 미소 기금」 등에 대한 기부를 통하여 유방암 예방 계발, 환자 대상 정보 제공 등, 유방암 의료 개선을 위해 일익을 담당했습니다. 또한, 제7회 「도쿄발(發) 일본 패션 위크 (JFW in TOKYO)」 기간에 맞춰, 메인 대회장인 도쿄 미드타운의 잔디 광장에서 유방암 조기 발견 계발을 위해 맘모그라피 검진을 무료로 개최했습니다.

패스트 리테일링 그룹의 개요

주식회사 패스트 리테일링

패스트 리테일링은 캐주얼 웨어 브랜드 「유니클로」를 중핵으로 하여 일본시장 뿐만 아니라 세계시장에서 사업을 전개하는 어패럴 제조 소매기업 그룹입니다. 사업의 중심인 유니클로는 일본 전국에 770점포, 해외에 91점포를 전개하고, 기획에서부터 생산 및 판매까지를 일관하여 행하는 SPA기업으로서 고수의 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(2009년 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: Tokyo Mid-Town Tower, 9-7-1, Akasaka, Minato-ku, Tokyo, 107-6231
 자본금: 102억 7,395만엔
 사업내용: 주식과 지분의 소유에 의한 그룹 전체의 사업활동의 지배 및 관리 등
 연결종업원수: 11,037명
 연결매상고: 6,850억엔
 결산기: 매년 8월 말일

연결매상고 및 점포수



편집방침

패스트 리테일링이 발행하는 「CSR 보고서 2010」은, 저희 그룹의 사업활동에 따르는 사회적 책임을 명확히 하고, 알기 쉽게 전하는 것을 목적으로 하고 있습니다. 본 보고서를 바탕으로, 이해관계자 여러분들이 기대와 관심을 갖고 계시는 사항과 염려하고 계시는 점 등에 대해 진지하게 대응해 가겠습니다.

보고내용은 (주)유니클로의 활동이 중심이지만, 패스트 리테일링 그룹으로서, 그룹 각사가 일체가 되어, 한층 노력을 가속해 가겠습니다.

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

보고대상 기간

2008년 9월부터 2009년 8월

* 본 보고서상의 수치는, 특별한 언급이 없는 한, 회계년도의 실적을 공개하고 있습니다.
 * 특히 중요한 보고사항에 관해서는 가능한 범위에서 최신 정보를 공개하고 있습니다.

발행

2010년 1월 (다음 발행은 2011년 1월 예정)

문의처

주식회사 패스트 리테일링 CSR부
 FR_G_frgcsr@fastretailing.com

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

패스트 리테일링 그룹의 CSR 활동의 발자취

		패스트 리테일링 그룹의 노력
2001년	3월	사회공헌실 발족 장애인 고용의 추진 (유니클로의 모든 점포에서 1점포 1명 채용의 목표 설정)
	4월	「세토우치 올리브 기금」에 대한 지원 시작. 유니클로의 모든 점포에 모금함 설치
	10월	「후리스 리사이클 활동」 시작
	12월	아프가니스탄 난민에게 특정 비영리 활동 법인 JEN을 통하여 에어 테크 차트를 기증
2002년	6월	스페셜 올림픽스 일본에 대한 지원 시작
2004년	2월	스페셜 올림픽스 나가노 세계대회에서 내셔널 파트너로서 대회 지원 「우월적 지위의 남용행위 방지 가이드라인」 제정
	3월	「제1회 기업거래 윤리위원회」 실시
	5월	파트너 공장의 노동환경 모니터링 시작
	9월	종업원의 자원봉사 조직 「패스트 리테일링 자원봉사 클럽」 발족 종업원 대상 행동규범 「코드 오브 컨덕트」 제정 「코드 오브 컨덕트 위원회」 설치
2005년	9월	장애인 고용 우량 사업소 후생성 장관 표창
	12월	패스트 리테일링 「그룹 CSR부」 발족 「제1회 CSR 위원회」 개최
2006년	6월	유니클로의 여성 활약 추진으로 「균등 추진 기업」 도쿄 노동국장 우량상 수상
	9월	후리스 리사이클에서 대상을 전상품으로 확대한 「전상품 리사이클 활동」 시작
	11월	패스트 리테일링 CSR 보고서 첫 발행 NPO 법인 파트너십 서포트 센터가 주최하는 「파트너십 대상」의 파트너십상 수상
2007년	2월	태국 및 네팔의 난민 캠프 방문. 난민 지원활동 시작.
	6월	장애인 고용으로 「재도전 지원 공로자 표창」을 내각부로부터 수상
	11월	인도네시아 자바섬 중부 지진 지원활동으로 「콘주 포장(紺綬褒状)」 수상 우간다 및 탄자니아의 난민 캠프 방문. 22만벌의 의류 기증
2008년	1월	방글라데시 사이클론 피해지역에 13만벌의 의류 기증
	6월	이디오피아, 난민 캠프 방문. 15만벌의 의류 기증
	10월	전상품 리사이클 활동이 「제5회 아사히 기업시민상」 수상
2009년	3월	전상품 리사이클 활동으로 회수한 물품의 숫자가 처음으로 100만을 돌파. 그루지아 피난민 캠프를 방문. 28만벌의 의류 기증
	6월	공장 노동환경 모니터링에 신기준을 도입, 운용 시작
	9월	수마트라 지진, 필리핀 태풍, 서사모아 지진 피해자들에 대하여 의연금과 구급물자에 의한 지원 실시 네팔의 난민 캠프 방문. 15만벌의 의류 기증

패스트 리테일링의 CSR 커뮤니케이션

패스트 리테일링은 다양한 이해관계자 여러분들과 커뮤니케이션을 촉진하기 위하여 본 보고서 이외에도 점포에서의 소책자 배포, 웹사이트에서의 정보 공개를 적극적으로 하고 있습니다.

CSR 웹사이트

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



의복의 힘

유니클로 점포에서 『의복의 힘』이라는 소책자를 비정기적으로 배포. 유니클로의 CSR활동과 다양한 사회문제에 관하여 「의복을 통하여 할 수 있는 것」을 테마로 구성. 일방적인 정보발신이 아니라, 다방면으로부터 다양한 의견을 들음으로써 저희 회사의 노력을 재검토하고, 다음 활동에 반영할 수 있도록 하는 것을 목적으로 하고 있습니다.

* 『의복의 힘』은 위의 웹사이트에서도 보실 수 있습니다.





FAST RETAILING

주식회사 패스트 리테일링
www.fastretailing.com