



FAST RETAILING CSR REPORT 2012

成为在世界的任何地方 都能为社会所接受的企业， 这一点至关重要

我认为，我们所处的这个时代是一个全球化不断扩大、充满无限机遇的时代。以互联网为代表的各种交流方式日新月异，以往阻隔国与国之间的坚固壁垒已逐渐消失，世界正朝着平坦化的方向不断发展。世界各地的人们，可以在任何地方以任一种方式来参与竞争。凭借自己的能力和努力，每个人都能获得机会，并且有能力、肯努力的人都会受到认可。我们正在迎来这样一个时代。

在世界经济发生巨变的时代大背景下，最贫困国家和发展中国家正在不断诞生一个数量庞大的中产阶级，这一情况史无前例。以中国、印度、巴西、印度尼西亚等国家为中心，未来全球将新增数十亿中产阶级。所谓全球化，就是这个涵义。

这样一个全球一体化、超越国界、每个人都可以自由活动的时代，对我们企业又提出了怎样的要求呢？答案无疑就是“成为有益于社会的企业”。

我们是怎样的人，开展经营活动的目的是什么，我们的企业在当地能发挥怎样的作用，我们自身必须先明确这些问题，然后再用通俗易懂的方式传达给对方。在全球事业中开展CSR活动（企业社会责任）的意义正在于此。成为在世界任何地区都能为当地社会所接受的企业，这一点至关重要。

CSR与经营活动犹如汽车的两个车轮，是不可分割的整体。不承担社会责任的经营很难有生路。与此同时，作为企业，如果不能提高利润所得，也无法继续承担应有的社会责任。缺乏可持续性的CSR活动没有意义。因此不断开展以我们原有的经营活动为后盾、其他企业无法做到的具有独创性的CSR活动非常重要。

在“改变服装、改变常识、改变世界”这一迅销集团（FR）的声明的指引下，我们正在通过“服装”所拥有的价值进一步丰富人们的生活，让社会朝着更好的方向发展，以实现具有FR特色的CSR目标。我认为，这既是我们身为跨国集团应承担的义务，更是我们对于不断朝一体化方向发展的“世界”这一大社会所应肩负的使命。



株式会社迅销
代表取缔役会长兼社长
柳井 正

开启崭新的全球合作伙伴关系， 不仅提供服装援助更要成为解决各种课题的桥梁！

目前，全世界约有4,300万人由于战乱、人权侵害、迫害而被迫流离失所。2011年3月11日发生的东日本大地震和海啸的悲剧，也让我们再一次深刻认识到在我们所生活的这个世界上，很多人由于自然灾害而被迫大规模迁居。对于不断增加的战乱和自然灾害，我们应该如何防止和应对，以及如何减轻灾民的困苦，这是我们目前所面临的重大课题之一。

UNHCR（联合国难民事务高级专员公署）的职责是保护难民，以及向被迫避难的难民提供人道主义援助，目前正与包括各国援助者、市民社会以及民间企业等在内的各类合作伙伴开展广泛的合作。日本以保障人身安全与构筑和谐世界为优先任务，在援助世界难民方面发挥着重要作用。此外，日本的NGO（非政府组织）也作为我们的合作伙伴，活跃在诸多援助活动的一线。

UNHCR在2011年与株式会社迅销（FR）缔结了全球合作伙伴关系，对此我感到非常高兴。这是UNHCR首次与日本企业缔结合作伙伴关系，也是一个创新型CSR的典型范例。自2006年起，迅销集团通过“全部商品循环再利用活动”，向15个国家的难民提供了至少300万件衣物。向难民提供优质衣物，这在难民保护问题上是最基本的方面，但往往却容易被忽视。提供衣物援助，是帮助儿童重返校园、妇女获得全新工作机会，以及帮助难民融入当地生活而不受排斥的重要手段。

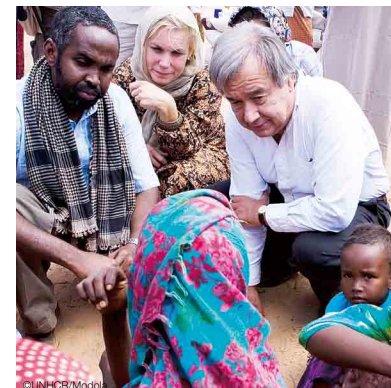
我们与FR的合作，也是提高大家对难民问题的意识的一个重要手段，能让全世界FR的顾客有更多机会了解难民现状。此外这也是一个呼吁顾客共同参与的活动，要让顾客了解他们捐赠的衣物，可以改善难民们的生活。该项目计划将扩展至优衣库等品牌的全球店铺，并将由此构建真正意义上的全球合作伙伴关系，对此我感到无比欣慰。

此外，通过这一合作伙伴关系，FR的员工可以直接参与到UNHCR活动中来。2011年，FR员工首次参加了收容约9万名难民的尼泊尔达马克难民营的活动。在为期5个月的活动期间，FR的员工们除了向难民发放衣物外，还与他们分享了自己的专长和经验，并尝试启动创收计划。同时，在日本我们计划让满足条件的难民以实习生的身份到优衣库店铺工作，对他们进行相关培训，以帮助其真正融入到当地社会中。

我衷心希望UNHCR与株式会社迅销之间的合作伙伴关系能够成为商界、难民和UNHCR之间一座富有创造性的桥梁，并不断扩展至全世界各个角落。

为了让全世界所有难民都能拥有维持生活所必需的衣物，让我们从点滴做起，共同努力！

A Message
from
Our Global
Partner



联合国难民事务高级专员（UNHCR）
安东尼奥·古特雷斯（António Guterres）

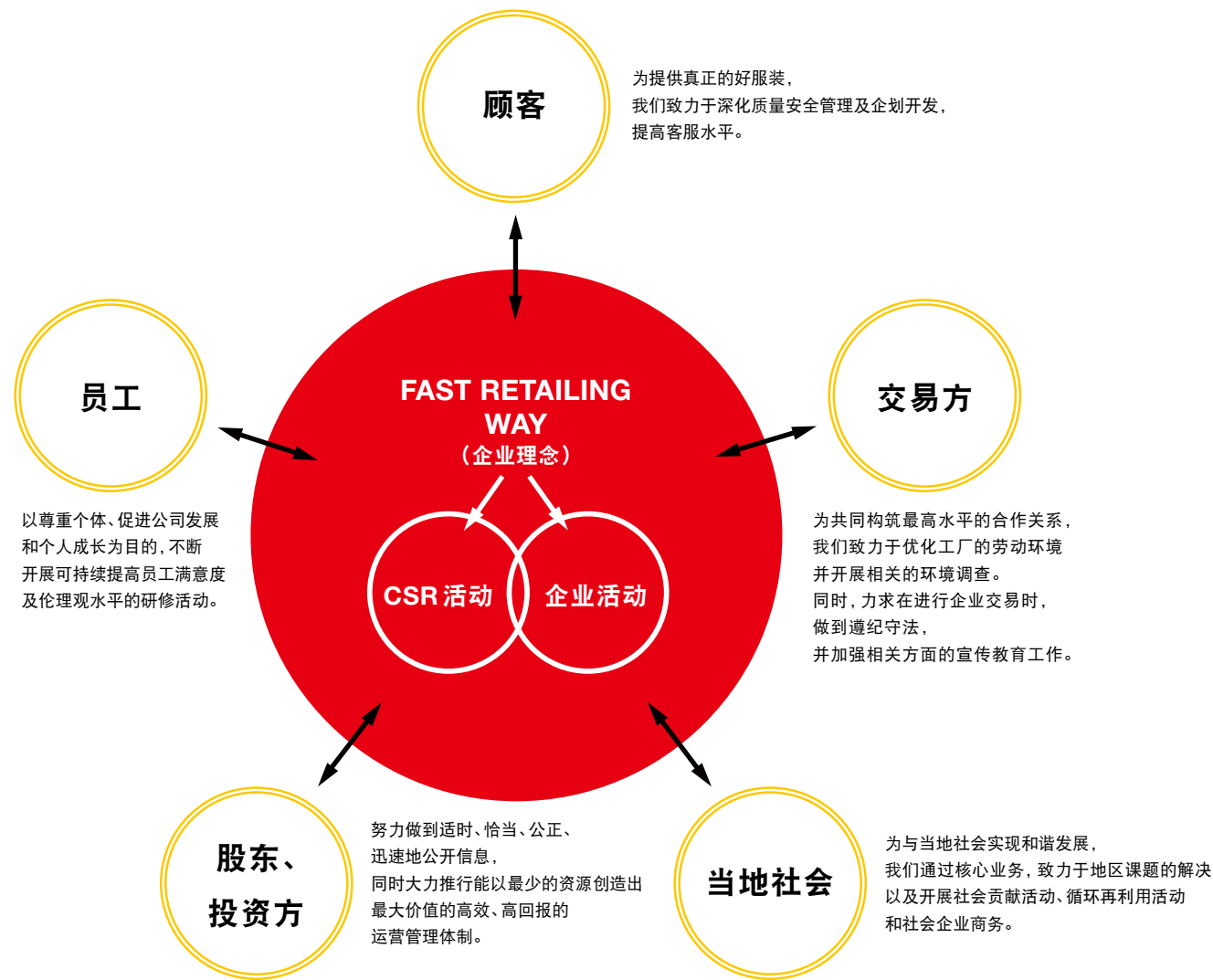
2005年6月出任第10任联合国难民事务高级专员，目前为其第二个任期。
曾任葡萄牙总理（1995 - 2002年）、社会党国际主席、欧洲理事会主席等职务。
出生于葡萄牙里斯本，为葡萄牙难民评议会创始人。

为了让社会与企业都能朝更好的方向发展， 迅销集团将 CSR 和经营活动视为车之两轮， 致力于推动“让世界向更好的方向发展”

“改变服装、改变常识、改变世界”这一声明被明确地写在迅销集团(FR)于2008年制定的企业理念“FAST RETAILING WAY”的卷首位置。以服装所拥有的力量，不断丰富社会 and 个人的生活——这正是FR的目标所在。

我们认为,CSR即意味着遵守“对社会的承诺”。对FR而言,“对社会的承诺”便是“FAST RETAILING WAY”。我们所有的行为和判断,都将以此承诺为标准,绝不妥协;始终重视遵纪守法及公司治理,以诚为本开展各种企业活动;致力于构建完善的权力制衡体制和公正健全的企业内部管理体制;肩负起与利益相关者进行对话或解释说明的责任。

对企业而言,CSR活动与经营活动是密不可分的整体,无论缺少哪一个,企业都无法得到社会的认可。从这个意义上讲,二者可谓车之两轮,相辅相成。为实现“让世界向更好的方向发展”这一FR的CSR目标,我们正在努力通过日常的企业活动创造真正的优质服装、具有前所未有的崭新价值的服装,并让全世界所有人都能享受到身着称心得体的优质服装的喜悦、幸福和满足感。



FAST RETAILING WAY

Statement 我们的声明	改变服装、改变常识、改变世界
Mission 迅销集团的使命	迅销集团—— ●真正优质服装, 创造前所未有崭新价值的服装, 让世界上所有的人能够享受身着称心得体、优质服装的喜悦、幸福和满足。 ●通过开展独特的企业活动, 为人们充裕的生活作出贡献, 实现企业与社会和谐发展。
Value 我们的价值观	●站在顾客的立场上 ●革新和挑战 ●尊重个体, 公司与员工共成长 ●坚持正直诚信
Principle 我的行为准则	●开展一切以顾客为中心的经营活动。 ●追求完美, 追求最高水准。 ●充分发挥多样性优势, 通过团队合作取得更大的成就。 ●雷厉风行做好每件事。 ●以现场、现物、现实为本, 开展确切、实际的经营活动。 ●作为拥有崇高伦理观的地球市民而行动。

迅销集团 CSR 声明

“让世界向更好的方向发展”

我们通过改变“对服装的固有观念”, 使全世界的人们生活得更加充裕。

为成为能为社会持续创造价值的企业, 我们不断追求正确的经营方式, 与社会共同发展, 并力图创造全新的世界标准。

“让世界向更好的方向发展”, 这正是我们为之奋斗的CSR目标。

优衣库的服装

我们的企业使命是通过“真正的优质服装”, 让全世界所有人都能享受身着称心得体的优质服装的喜悦、幸福和满足。

优衣库作为FR的核心事业, 将服装的终极目标定位为“MADE FOR ALL (造服于人)”。

为进一步明确这一定位, 我们对“优衣库的服装”进行了如下定义。

UNIQLO is the **elements** of style.

UNIQLO is a **toolbox** for living.

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

UNIQLO is how the **future** dresses.

UNIQLO is **beauty** in hyperpracticality.

UNIQLO is clothing in the **absolute**.

UNIQLO MADE FOR ALL

 供应链 —— 致力于向顾客提供真正优质的服装

与合作伙伴携手 创造世界最高水平的服装

迅销在追求创造世界最高水平的服装之路上,得到了朝着相同目标一路并肩奋进的全球生产合作伙伴的大力支持。秉承着向全球顾客提供真正优质的服装这一共同理念,我们和合作伙伴相互学习,立足长远,积极采取各种措施。



全球化进程不断加速， 合作伙伴关系正在迈向全新阶段

与同样朝着世界最高水平努力的合作伙伴保持紧密的合作关系
这是迅销最大的财富



不是单纯地做交易而是密切协作

浙江省宁波市是中国一个古老的港口城市，并与日本有着悠久的历史渊源。我们最主要的生产合作伙伴之一——申洲国际集团控股有限公司的生产基地就坐落在这片土地上。该公司的董事局主席、执行董事马建荣对我们这样评价道：“据我所知，迅销(FR)是最重视生产合作伙伴的企业之一。迅销一直以长远的眼光思考如何实现共同发展，如何才能高效地生产更高品质的商品。迅销的员工和我们一起在现场挥汗工作，而且解决问题的态度也极其认真，非常值得敬佩。”

优衣库的商品主要由以中国为中心、包含越南和孟加拉国等亚洲地区的生产合作伙伴生产完成。目前，优衣库的生产合作伙伴工厂约为70家，这一数量与其他开展全球业务的SPA^(*)企业相比少之甚少。而这也正反映出了FR对“合作伙伴”的诚挚态度。



申洲国际集团控股有限公司
董事局主席 执行董事
马建荣



我们认为，FR与生产合作伙伴的关系并非是仅就价格和交货期进行交易的简单交易，而是拥有共同目标的亲密伙伴。为了向全球顾客提供真正优质的服装，我们并肩努力，共同成长。而且只有这种建立在牢固信任关系基础上的长期合作，才是真正意义上的“合作伙伴”。

在这一理念的指引下，优衣库将具有丰富纺织经验的染色及缝制等方面的技术专家组成“技术顾问组”，并将他们派驻到全球各地的合作伙伴工厂，在现场进行技术指导、工序管理和人才培养等。在FR和合作伙伴工厂双方的持续努力下，生产现场的技术水平和管理方法正在不断提高，商品的竞争力也进一步加强。“不是单纯地做交易，而是密切协作”，这是FR的基本理念。不断追求，努力“创造世界最高水平的服装”，这是我们与生产合作伙伴之间共同的目标。

*SPA：“Specialty store retailer of Private label Apparel”的简称，意为“制造零售企业”，包括对从原料采购、商品企划、开发、生产到物流、销售、库存管理等各环节实行一条龙式管理的生产销售模式。其中的生产环节多采取委托外包的形式。



晶苑集团
(Crystal Group)
执行董事
Dennis S. W. Wong

在全球化迅速发展的今天，对迅销而言，与世界各国的合作伙伴共同构筑良好的合作体制变得愈发重要。在这一合作体制中，迅销将商业活动与CSR活动视为车之两轮。在商业方面，我们在“不是单纯地做交易，而是密切协作”这一理念的指引下，立足长远，开展强化上海事务所的体制建设等各种企业活动。与此同时，在CSR方面，我们与合作伙伴密切沟通，不断完善审核制度，深入开展各项CSR活动。在“挑战1”中，我们将针对迅销不断推进商业和CSR两方面活动的情况做以介绍。



“采用优秀人才、创造高品质商品”

随着近年来中国经济的飞速发展，从城市到农村，中国人的生活水平有了极其显著的提高。工厂的从业人员也呈现高学历趋势，员工的平均工资正在大幅上涨。而这些来自于城镇和农村的劳动力正是为FR生产商品的中坚力量。

伴随着生活的不断富足，人们对生活方式的选择也愈加多元化。我们认为，与生产合作伙伴紧密合作，积极应对这种社会环境的变化，正是身为企业的责任所在。

“近10年来，人们对‘工作’的认识已经彻底发生了转变。”总部位于香港的晶苑集团(Crystal Group)的执行董事Dennis S. W. Wong这样说道，“因为生活变得富裕，以前愿意加班的员工，如今也开始重视自己的私人时间，不再愿意加班。这是社会发展的必然趋势。这就要求工厂的经营者必须进一步提高生产效率、创造出高附加值的产品。”为此Dennis先生一再强调交易双方密切合作的重要性，他说：



“即使交货期紧张，我们也无法像以前那样通过加班来解决问题了。因此，我希望FR也能进一步努力，实现订货量的平均化以及订货的计划性。我们双方应该以更加密切的合作体制和相互的努力，积极应对社会的变化。”

中国人的生活方式正在发生剧变

近年来，工厂从业人员的生活方式发生了巨大变化。这一变化不单是收入上的增加，人们开始越发重视自己的生活品质。“现在要求员工加班或节假日上班非常困难。如果勉强的话，对方马上就会辞职。因此就要求经营者付出更大的努力，如通过技术指导提高员工的技术水平、切实遵守事先制定的生产计划等”(马先生)。针对这一变化以及与商品生产相关的核心功能不断向中国集中的趋势等，FR正在积极采取如将订货期和交货数量平均化等各种对策。同时致力于强化CSR的作用，以期进一步加深与生产合作伙伴的合作关系、为生产一线的员工提供更为舒适的工作环境。

此外，伴随着集团全球化的推进，整体产量也在不断增加。为应对这一局面，我们与中国的主要生产合作伙伴携手，共同在中国以外的地区设立生产基地。截至目前，越南、柬埔寨、孟加拉国等地的工厂已正式投产。商品产地的多元化正在不断推进之中。



全球化进程不断加速， 合作伙伴关系正在迈向全新阶段

强化迅销上海事务所的相关体制， 进一步实现高精度的SPA运营机制



生产部和R&D^(※1)部迁至产地附近的上海

2011年9月，迅销（FR）将此此前分属东京和中国上海的生产部及R&D部门的几乎全部职能集中到了上海，正式开始在生产一线开展各种业务。此举的主要目的在于缩短与以中国为中心的生产合作伙伴间的距离，进一步提高商品的完成度和生产速度。同时，生产部和R&D部的员工通过与合作伙伴工厂的负责人对商品实物进行直接交流、当场确认对方意见等做法，极大地提高了商品开发、订货、生产和交货管理的精确程度。

由于优衣库建立了从企划、生产到销售的一条龙式的SPA模式，因此可以独立自主地开发商品。这种独树一帜的做法造就了优衣库有别于其他公司的特色商品。此外，根据销售状况，我们还可以灵活机动地调整生产，这些都是优衣库的优势所在。而此次将生产部及R&D部集中到中国，也正是为了进一步加大这一优势。

在此让我们对优衣库商品从开发到生产的流程进行简单介绍。

负责商品开发的R&D部，始终致力于网罗全球最前沿的时尚、生活方式、全新面料等相关信息，决定各季的主题理念。设计师与制版师根据该理念，设计出各种款式并制作出设计样品。

接下来，商品供应计划人员（merchandise，简称MD）在与设计师等进行商讨后，会根据各季的主题理念决定商品的企划、设计款式和面料。然后再进一步计划各季的商品组成及生产数量。此外，决定旺季里各商品是否增产或减产也是MD的职责之一。而在选择面料时，



我们也会考虑动物权利保护的相关要素。FR在生产羽绒类产品时，杜绝使用活体取绒的做法。关于割皮防蝇法（MULESING）^(※2)，我们认为还存在各种尚待解决的问题，今后集团将会不断与社会各界、生产团体和交易方进行对话协商。

虽然生产部的职责在于接到MD的计划后负责实际的生产管理工作，但其实他们在真正进入批量生产前，就已经深入参与到R&D部门的作业工序中了。为制作出完成度较高的商品样品，部门之间构建了完善的协作体制。在进入生产工序后，生产部与合作伙伴工厂保持密切沟通，除进行商品的货期和质量管理外，还将帮助工厂培养人才等。目前，以上海为首，集团在中国广东省深圳市、越南胡志明市、孟加拉国达卡市都设有生产事务所，并有250名员工和技术顾问组常驻在这些地方。相关负责人每周都会前往生产合作伙伴工厂，与工厂的经营层和员工并肩行动，共同解决生产中遇到的各种问题。

※1 R&D：研究与开发（Research and Development）。针对对新面料和商品等方面提出各种构想，并将其制作成实际商品的一系列过程。

※2 割皮防蝇法（MULESING）：为防止蛆（丽蝇科绿头苍蝇的幼虫）寄生在羊身上，将小羊臀部（阴部）的皮肤和肌肉切除的做法。

株式会社优衣库 生产部
上海总公司·深圳分公司
统管负责人
池田 茂



直接参与从商品开发到生产的全过程

自2010年11月起，FR开始实施逐步迁移生产部和R&D部的计划。至2011年9月，集团将这两个部门几乎所有的职能从东京转移到了上海。至此，从原料采购到设计、订货、生产流程管理的全部工序都可以在产地附近适时跟进，避免了因时差造成的影响。

“商品所包含的诸如品位与格调这些要素无法仅通过数字或规格来衡量。只有将商品实物拿在手中，大家面对面直接进行讨论、改进，才能从真正意义上实现上述要素。”生产部上海总公司·深圳分公司统管负责人池田茂先生如是说。“此次肩负商品生产的中坚力量齐聚上海，真正构筑了一个能与本地生产合作伙伴齐心协力共同推进商品生产的管理体制。这一体制具有世界其他主要SPA无法比拟的优越性。我坚信，今后集团的商品力将会实现质的飞跃。”

此外，汇集众多生产合作伙伴工厂的中国国内交易方也对FR将与商品生产相关的核心职能集中到上海的举措表示了极大的欢迎，这将有助于生产合作伙伴工厂和FR之间进一步密切合作，令高效率、高品质、高速度的商品生产成为可能。

株式会社迅销
执行董事（CSR负责人）
新田 幸弘



株式会社优衣库 生产部
越南柬埔寨事务所
所长
堀尾 德彦

备受关注的越南和柬埔寨 “China+1”的核心成员

越南和柬埔寨可谓是“China+1”模式的核心成员，它们作为生产基地的作用备受瞩目。在这两个国家里，海外投资急速增加，国民平均收入不断上升，个人消费越发活跃。FR致力于在两国开展生产活动，它们作为生产基地的重要性正在逐年提高。在生产合作工厂，人们对工作环境的改善等CSR活动重要性的认识水平也在不断提高。例如很多工厂通过引进空调设备及工厂内部空气循环装置等各项措施，正在努力为员工提供一个良好而舒适的工作环境。

强化 CSR 体制

在采取上述措施的同时，集团正在进一步强化CSR部的相关体制。此前，CSR部的业务基本上由东京总部与海外各事务所及生产合作伙伴直接进行交涉。从2010年10月起，我们开始向FR上海事务所派驻CSR部常驻员工，从而实现了与中国当地员工携手并进、共同推进业务的体制。此举极大增加了CSR部员工直接前往生产合作工厂的机会，进一步增进了彼此对存在问题的共识并逐步建立起了一个协作解决的体制。

CSR负责人、执行董事新田幸弘这样说道：“要让生产合作伙伴了解到CSR的相关举措对他们自己也大有裨益，这一点非常重要。只有真正提高工厂在工人眼中的魅力，工厂才有可能吸引到优秀人才，雇佣关系也会得到真正的稳定。在如今同样面临劳动力不足的中国，这样的认识和观点愈发重要起来。”

FR还根据明确的方针实施工厂审核。严格实施工厂审核的目的并非在于单纯地发现存在的问题，而是致力于“不仅要确认现状，还要与生产合作伙伴共同思考如何解决生产一线所面临的问题、从而实现共同发展，这才是CSR部的职责”（CSR部 Supervisor 田中直美）。



株式会社优衣库 生产部
孟加拉国事务所
所长
奥谷 圭

作为国家的支柱产业， 孟加拉国的服装产业拥有巨大的潜力！

人口超过1亿5千万的孟加拉国，年轻人口比例较高，拥有巨大的潜力。其中服装产业是占据该国出口总额80%的支柱产业，而且拥有众多高水平人才也是该国的一大优势。孟加拉是FR最重要的合作国家之一。在这里，对FR的理念产生共鸣、共同致力于质量提高和新商品开发的生产合作伙伴正在稳步增加，其社会环境也在发生着激烈的变化。我们通过并行推进商务和CSR活动的做法，立足长远，持续开展各种企业活动，力争成为能受到孟加拉国社会各界欢迎、可以对当地经济发展有所贡献的企业。



全球化进程不断加速， 合作伙伴关系正在迈向新阶段

在日新月异的CSR活动一线 实施劳动环境审核的新举措

与外部专业机构合作，切实实施审核工作

我们根据美国及欧盟各国最严格的安全标准制定了“优衣库的全球质量及安全标准”，并要求交易方企业严格遵守此项标准。此外，迅销还于2004年制定了《生产合作伙伴的行为准则（简称CoC）》，委托外部专业机构针对主要合作工厂实施劳动环境审核。2008年集团对评价标准进行了修订，并于次年正式在劳动环境审核中采用这一新标准。《生产合作伙伴的行为准则（简称CoC）》中还包括与环境保护相关的项目。2010年起，除缝制工厂，我们还针对生产流程中前一阶段的原料工厂制定了《针对面料工厂的环境标准指南》，并同样委托专业机构实施审核。

此外，迅销还对排水及废弃物、化学物质管理等状况进行严格的确认。

根据外部监查公司的审核结果，FR员工直接对工厂进行必要的指导。如评价未达到一定标准，外部专业机构及FR员工将与工厂协同合作，实施跟进审核。根据评价结果制定解决方案的工作并非让工厂独立完成，而是由FR的员工亲自前往现场确认实际情况，并共同制定改善方案加以执行。这是迅销一贯重视的解决方式。

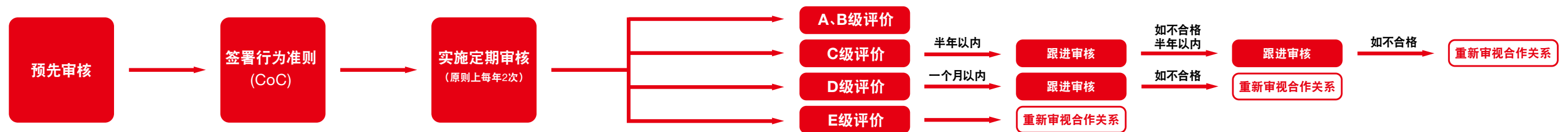
贯彻运用预先审核和自查制度

目前，FR以开始新合作关系的全部工厂为对象正在实施“预先审核”工作。预先审核是指在订货前，判断是否可以与该工厂进行合作。集团规定不得向未达到预先审核标准的工厂订货。通过该项措施，FR在开始新的合作关系时的标准得以明确，商业合作也因此可以取得一个良好的开端。此外我们还希望此举能有助于开拓全新的生产合作伙伴并实现双方的共同发展。

此外，我们还制作了“自查表”，希望通过此种形式让生产合作伙伴工厂能对自身的劳动环境进行自我检查，从而推进工厂的CSR相关措施以使其能更加独立自主。2010年

起，集团开始向各合作伙伴工厂分发“自查表”，这一形式以CSR的视角明确了应加以重视的各个事项，并促进合作伙伴工厂自发采取相关措施，从而实现营造适宜的劳动环境这一目标。

FR将审核的目的定位在明确奋斗目标、创造更好的商品上，而非单纯地指出问题。



“预先审核”

在正式开始合作前实施审核，迅销将预先判断是否能与该企业开展商业合作。其步骤及评价标准与一般定期审核所包括的项目基本相同，并针对雇用童工等特别重要的项目进行重点审核。

“定期审核”

对合作伙伴工厂的审核，我们采取由FR员工或专业机构的审核员实地走访工厂的方式展开实施。具体做法是：召开首次会议，然后检查工厂、员工宿舍、食堂等地，之后采访工人并审查各种资料等。最后召开总结会，就审核中发现的问题进行反馈，与工厂负责人进行确认，促使其实地改善。

“审核的评价”

评价分为A至E五个等级（详细内容请参考第34页）。雇用童工、虚假报告等性质尤其恶劣的问题将被评价为E级，并会立即决定对合作关系进行重新评估。对于C、D级评价，将进行改善指导，为了确认改善结果将实施跟进审核，如未能予以改善，将采取严肃公正的态度对合作关系进行重新评估。一旦发现此类恶劣事件，FR的CSR部将直接赶赴该工厂对事实进行确认，

就合作内容进行重审，并根据工厂的经营和雇用情况做出最后决定。之后与工厂共同商讨解决对策以防止再次发生。在确认问题得以改善后，将重新考虑是否恢复以往的合作关系等。

2011年度劳动环境审核总结

2011年度我们在188家工厂实施了工作环境审核（2010年度为174家工厂）。审核结果如下所示。

- A级评价为6家，B级评价为66家，C级评价为91家，D级评价为25家，D级评价比率从23%降低至13%（因紧急出口不完善等问题得到有效改善）。
- 得到C、D级评价的工厂中出现了两极分化现象，分为有问题但可以即刻改善的工厂，和针对加班、连续工作、出勤记录不完善等问题需要一定时间才能改善的工厂。此外，在后者中还出现了重复发生去年已改善过的问题的情况。

基于这一情况，我们总结了以下对策，以期今后能进行进一步改善。

- 贯彻运用预先审核和自查制度。
- 反复宣传FR标准，让合作工厂正确理解其含义。
- 及早发现工厂的固有问题并敦促其尽快解决。
- 不仅思考工厂方面的问题，也要思考FR在订货计划、交货期设定等方面是否存在问题，并要深入问题的背后，发现问题的本质并加以解决。
- 思考并实行能令工厂从根本上提高生产水平的相关措施。

改善事例

● 发现连续工作14天、20天等的情况
 → FR员工前往工厂，对工作时间管理的重要性进行说明。定期监查，掌握可以杜绝加班的管理体制的落实情况，并通过跟进审核确认改善状况。

● 发现采用计件工资制的员工的工资计算方法有误
 → FR员工前往工厂，对计件工资制下的小时工资和加班费等的正确计算方法进行确认。此后还要求工厂方面持续提供工资明细单等相关资料，掌握改善状况，并通过跟进审核予以确认。

定期审核中发现的恶劣事例（E级评价）

● 虚假报告
 我们在第一次审核中，发现了生产记录、员工访谈与劳动时间记录之间存在不一致的情况。之后FR员工前往工厂，确认了员工周末加班和平时加班的事实。工厂方面为了避免超过法定加班时间（每月36小时）而伪造了出勤记录，故被视为虚假报告。集团将其评价为E级，并因此减少了与该工厂的交易量。

● 曾雇用童工
 我们发现2009年有4名未满16岁的儿童进入公司工作（FR员工前往工厂时已满16岁）。该公司招收员工时的年龄检查由业务管理经理负责进行，不存在复查体制，且资料管理方面也存在漏洞。1个月后，FR员工前往工厂，虽确认该公司已对相关体制进行了改善，但由于当初的管理体制存在重大问题，因此将其评价为E级，并减少了与该工厂的交易量。

※2011年度有4家工厂获得E级评价，已经确认全部改善完毕。截止年度末（2011年8月末）获得该评价的工厂数为0（详细内容请参考34页）。

 事业的中坚

培养能活跃于国际 及当地社会的优秀人才

为成为源自日本的新型全球企业，
集团将致力于构筑令公司和个人共同成长的魅力平台。



构建无论身处世界何处， 所有人都能获得成长的组织

让迅销成为能吸引全世界优秀人才的魅力平台



株式会社迅销首席执行官(分管人事)
横滨 润

创建尊重个体、公司与个人共成长的良好环境，以全球性视角努力培养能够勇于开拓创新的人才。这是迅销(FR)对“人才”的基本理念。员工们都能重视并追求自身梦想及价值观的态度本身非常重要。明确自身的目标可以极大地提高员工们的工作热情，并能成为大家追求梦想的动力。因此我们号召大家要“满怀希望(Believe in

yourself)”，希望每个人都能对自己的未来充满信心。

另一方面，为了让员工能满怀希望地投身于工作中，公司也必须提供相应的报酬、舒适的职场环境、富有成效的教育培训、极具挑战性的工作机会等，从而构建对优秀人才而言充满魅力的良好平台。我们认为，创建一个活用人才并令其能够充分发挥能力的环境，是企业的责任所在。

然而迄今为止，FR尚未充分将上述理念传递给社会大众。为此，我们首先必须大力宣传FR是怎样的企业、目标是什么，同时还要将这些企业理念付诸实践。为保证位于日本的总部能够准确了解世界各地所发生的情况，并做出正确的反应，集团将大幅提高在总部人员中外国人的比例，为各国员工间能频繁而顺利地交流创造一个良好的环境。加强英语作为公司内部通用语的推广工作，正是诸多努力中的一环。为了让FR的全球员工都能感受到自己倍受尊重并寻找到工作的乐趣，今后我们将继续努力，不断挑战。

重视通行于全球的优衣库标准！

我作为应届毕业生进入优衣库新加坡，并于2010年9月来到日本。最初的两个月，我每天学习12个小时的日语，之后便开始在银座店进行OJT培训(在职培训)。日语成了我当时最大的障碍，尤其是敬语的用法非常难，令我十分苦恼。当时担任培训员的店长耐心而细致地帮助我，并在笔记本上为我标注了较难理解的单词的英语发音和意思。于是，我的日语逐渐进步，并能以更加积极的心态面对工作了。我今后的目标是在半年内成为店长、5年后成为能带领店员共同前行的一流店长。一直热心帮助我的店长也鼓励我说：“你要再接再厉，希望只用我们当年一半的时间就能成为出色的店长。”公司对我的期待，让我更加感受到工作的巨大意义。为了达到柳井社长首次视察新加坡优衣库时所要求的“全世界优衣库要采用同一标准、提供相同水平的服务”，今后我将竭尽所能、全力以赴。



优衣库 银座店
Kenniese Wang (照片右侧)

迅销的目标是成为汇集全世界优秀人才的公司。

为此我们正在积极构建相关体制，以创造全球员工都拥有平等机会、优秀人才与勤奋之人能获得公正评价并得到相应晋升机会的环境。

拥有远大目标并开展全员经营 是各国事业经营中的不变真理！

我1995年毕业于进入公司后，曾担任过店长、大区经理等，并在英国、美国分别工作了2年和3年。这些工作经历告诉我，从事经营活动时应该做的事情全世界基本都相同。当然，我不否认在文化与价值观都不尽相同的国家开展商业活动时，了解这个国家和当地民众非常重要。但是，这并不意味着要改变工作的基本方法。无论在哪个国家开展经营活动，所面临的问题在根本上都是相同的，因此如果能与当地同事精诚一致、共同推广优衣库在日本总结出的经验方法，就一定能收到显著成效。目前位于世界时尚中心、潮流发源地巴黎的OPERA店，销售额在全球优衣库的店铺中名列前茅，这一成绩的取得是该店彻底贯彻了源自日本的优衣库所推行的“全员经营”方式的最好验证。



UNIQLO FRANCE S.A.S. COO兼
UNIQLO U.K. LTD. COO
真田 秀信

为推进优衣库的全球化事业 倾尽一己之力

大学时代我曾在伦敦的优衣库店铺打过工，这成为我毕业后进入英国优衣库工作的契机。本着对待任何事情都要全力以赴的人生信条，我在工作的这9年里，不仅学习到了店铺运营的各种经验和知识，还了解到员工的重要性以及如何进行沟通交流等的自我管理方法，可以受益匪浅，成长良多。我将来的梦想是担任某个国家或地区的CEO，但关键还是要看我是否具备相应的能力。当然，人的一生中有很多需要学习的东西。因此，我会加倍努力，从而获得十足的自信，以发挥自己巨大的作用。如果公司能更加信任我、对我寄予更大的期望并给我发挥更大作用、肩负更多责任的机会，我将锲而不舍、全力以赴。



UNIQLO U.K. LTD.
区域经理
Harinder Bains

优衣库非常重视员工个人的选择 将来我希望成为日本旗舰店的店长

上海的南京西路，是全上海时尚人士的聚集地。世界主要品牌纷纷在此落户，竞争异常激烈。能够在这样的地段开展店铺经营，我感到非常振奋。我于2003年进入公司，曾担任大型店店长和区经理，并在2010年南京西路店筹建之际加入现在的团队。优衣库非常重视员工个人的选择，并给予大家同等的机会，只要自己表达想尝试的意愿，并努力提高相关业务水平，就有机会从事各种工作。接下来我想挑战的是在优衣库的诞生地——日本担任旗



优衣库 上海 南京西路店
副店长
朱伟 (Zhu Wei)

舰店店长。将来我还想尝试在巴西或印度等世界新兴市场经营管理店铺。FRMIC(详细内容请参考第37页)是培养FR下一代经营人才并推进企业改革的人才培养部门。能被指名成为该部门的培养对象，我感到非常荣幸。我将通过日常的工作实践，不断探求“经营”的真谛。

与残障人士一起工作， 实现每个店铺雇用一名残障人士的目标

无论身体残疾与否 每位员工都是团队里重要的一员



株式会社迅销总务·ES推进部长
植木 俊行

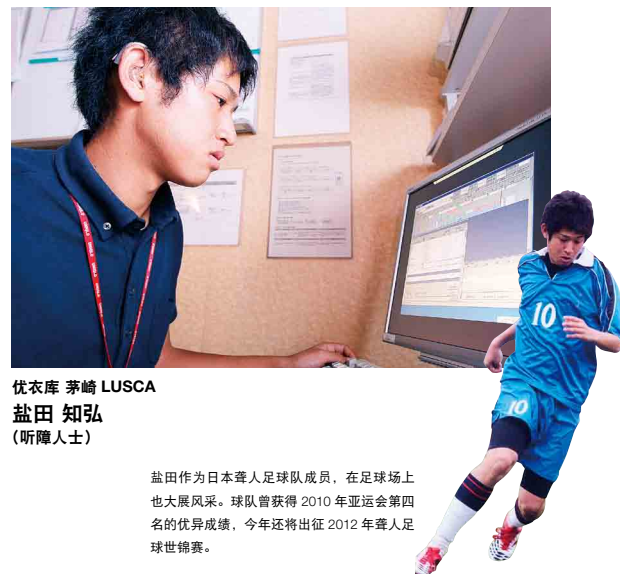
无论身体残疾与否，每一位员工都是团队重要的一员，这是我们最为重视的一点。无法否认，的确存在着一些身体残障的人士力所不及的工作。但是作为零售企业，迅销旗下的店铺里有着各种类型的工作。公司可以为残障人士提供相应的环境，让他们能够根据身体情况和能力的不同，找到自己想做并愿意为之付出努力的工作。并且，以店长为首的全体员工都具有支持和帮助残障人士的真诚之心。

此外，与各援助机构的合作也非常重要。我们在录用残障人士前会有效利用援助机构的“雇用前职业指导师援助计划”（暂译）等制度，以防止他们入职后出现各种不适应状况，努力让每一位残障人士都以积极的心态投入到工作中并取得良好的业绩。2001年优衣库提出了“每个店铺雇佣一名残障人士”的方针，目前已有96%的店铺实现这一指标。

与此相对，迅销集团其他子公司及海外法人在这方面才刚刚起步。今后我们将进一步从全球化视角出发，针对残障人士的雇佣问题采取更为有效的措施，以成为全球各地区社会发展中不可缺少的企业。

从残障人士特有的视角出发，努力发挥更大的作用。

我觉得工作中最困难的一环就是分配日常业务。这项工作看似简单，不过就是根据员工的出勤意愿分配由谁负责收银、由谁负责缝补而已，但是也会出现周六、周日顾客多而员工人手不足以致无法顺利分配到位的情况，我为此感到非常苦恼。不过店长和同事们总能耐心倾听我的烦恼，并为我出谋划策，因此问题最终都能顺利得到解决。茅崎LUSCA店的员工人数较少，每个人都必须身兼缝补、试衣间接待、卖场接待等多项工作。虽然其中也会有自己不擅长的工作，做起来很辛苦，但是每天可以尝试不同的工作，让我有很多新发现和不同的体会。我觉得店铺是一个可以促进自我成长的职场。虽然身患残疾，但是我相信自己一定有别人不具备的独特视角。我会从这个角度出发，努力取得令公司和我个人都满意的成绩。



优衣库 茅崎 LUSCA
盐田 知弘
(听障人士)

盐田作为日本聋人足球队成员，在足球场上也大展风采。球队曾获得2010年亚运会第四名的优异成绩，今年还将出征2012年聋人足球世锦赛。

优衣库自2001年起就以“每个店铺至少雇用一名残障人士”为目标，积极推进残障人士就业计划。目前，实现这一目标的店铺已达到96%。

学以致用，其乐无穷。

我的工作包括清扫、整理商品、出货等各项业务，但缝补让我最有成就感。灵活运用在学校所学的知识，通过自己的双手能把衣服修改得漂亮合身并因此得到大家的夸奖，我感到非常高兴。商品拆袋和出货工作我也很卖力，不过大量商品集中到货时，真的非常辛苦。然而同事们总是热情地帮助我，所以我很放心地工作。今后我将一如既往地努力下去。



优衣库 东京巨蛋 LaQua 店
尾形 勇旗 (智障人士)



2011年9月，尾形代表日本参加了在韩国首尔举行的国际残疾人奥林匹克职业技能竞赛，并以精湛的技术和完美的表现获得了一块实至名归的银牌。



优衣库 岩国店
前田 升子
(智障人士)

与同事们一起渡过的愉快时光是我 最珍贵的财富！

一开始我没能很好地将自己的真实情况告诉同事们，因此总有些格格不入，甚至还曾向店长和援助中心的工作人员哭诉过。之后大家给了我很多建议，让我切实地感受到：如果按照自己的方式不断努力，和大家的隔阂就会渐渐消失。现在我会和大家一起热热闹闹地去吃午饭，并开始谈论一些私人话题。能和大家轻松地交流，这对我来说比什么都开心。我工作的最大乐趣在于打开货箱、往卖场出货的那一刻。我会好奇于商品的颜色和花纹，所以总是兴奋不已。每天被最喜爱的服装和前辈们包围的感觉让我无比愉快和充实。



优衣库 JR 新大阪店
西原 满久 (发育障碍人士)

倾尽绵薄之力， 将自己的一技之长发挥到底！

我在思考自己最擅长的工作是什么时，发现对于商品整理之类的工作，虽然自己也在努力练习，但实在无法说做得很好。因此我就下决心在最能对卖场有所贡献的方面加倍努力，具体而言就是充满活力地说出“欢迎光临”，向从店铺前经过的顾客宣传卖点信息，以实际行动展开促销活动。如果有顾客因为我的宣传而光临店铺，或者对我有所回应的时候，我都感到非常高兴。我的理想是将来能够独立经营，雇用更多的残障人士，和他们一起并肩工作。



优衣库 明洞中央店 (韩国)
Lee Ji Yeon
(照片左侧，智障人士)
Yoon Ji Hyeon
(照片右侧，智障人士)

2010年10月起，“雇用残障人士”制度开始在韩国正式启动。 店铺、员工精诚一致，大力推动该项措施的进行！

在韩国，雇用残障人士的举措自启动至今已经过去1年多。截至2011年12月，韩国店铺内共雇用有39名残障员工。在明洞中央店工作的Lee小姐这样说道：“我在进入公司前并不知道优衣库。但当我真正开始这里的工作后，才发现整理服装、将衣服挂到衣架上的工作很适合自己，所以非常开心。”此外，Yoon小姐也这样描述了自己的感受：“我最喜欢在服装店工作。希望以后我也能和

其他员工一起进入卖场做同样的工作。”

另一方面，接收残障人士的店铺也受到了积极的影响。即使是一些微不足道的小事，残障员工也能乐在其中，感受到工作的价值。这种乐观的工作态度感染了店铺的其他员工，店铺整体的积极性也被调动起来。这项措施在韩国还刚刚起步，很多问题尚待解决。公司、店铺和全体员工将齐心协力，共同推进这一举措的顺利实施。



同当地社会携手合作

通过服装的力量改变当地面貌

“优质服装”所拥有的力量，
无论在世界的何处都能创造出崭新的价值，并让当地社会朝更好的方向发展。
我们致力于通过服装展开援助活动并解决当地社会的问题。



社会企业商务的可能性

在孟加拉国不断摸索的一年， 让我们切身体会到开展社会企业商务的可能性



利用企业优势解决社会问题

正如迅销集团（FR）的企业理念所述，我们认为，只有成为对社会有益并具有价值的企业才有存在的意义。2010年9月，FR在孟加拉国启动社会企业商务。2011年8月，FR与格莱珉银行（Grameen Bank）集团共同设立格莱珉优衣库。

社会企业商务是指利用商业手段解决贫困、环境等各种社会问题的活动。FR集团的最大优势在于能高效地生产并销售高品质、低价格的服装。迅销社会企业商务的目的就在于利用这一优势，通过商业手段开展商务活动，从而让社会朝更好的方向发展。



商品种类稳步增加

格莱珉优衣库的员工实际深入农村，与负责商品销售的格莱珉女性并肩行动，在进行市场调查的同时，还耐心地向她们传授销售技巧及金钱管理等方面的知识。此外，商品本身也在不断完善之中。员工们将收集而来的顾客反馈信息及时反映到商品上，不断推出符合市场需要的各种商品。商品种类在最初的内衣和素色T恤等的基础上，于2011年春季开始又新增了POLO衫、印花T恤、有领衬衫等。此外为满足顾客的需求，又增售了民族服饰纱丽以及有助于改善卫生习惯的生理用品。目前，销售额正在稳步增长。参与销售的格莱珉女性也从项目启动之初的30人增加到现在的100多人。我们经常能听到她们这样的心声：“开始时很不容易，但是现在已经学会了如何管理货款和商品，收入也在不断增加，真的非常开心。”

格莱珉优衣库销售的主要商品



男装主要推出深受男性欢迎的有领衬衫和POLO衫，女装则以具有代表性的民族服饰纱丽以及沙丽克米兹（Salwar Kameez）为主打商品。此外，儿童商品也很畅销，因此我们又进一步增加了印花T恤等商品种类。目前，儿童用品的销售额占总销售额的20%。同时，从改善女性卫生习惯、解决社会问题的角度出发，我们还在女性内衣及卫生用品方面加大了力度。

在孟加拉国开展社会企业商务已有一年。

其间虽遇到诸多意想不到的困难，但社会企业的前景却越发清晰。

销售数量的增长未达到预期目标

生产方面也可谓收获甚多。我们的员工一家一家地拜访镇上的小型缝制工厂，向他们介绍社会企业的事业目的，希望他们予以协助。在大家的不懈努力下，我们找到了值得信赖的生产合作伙伴。虽然这些工厂目前规模尚小，但能与他们携手合作，令我们信心大增。

尽管如此，亟待解决的问题依然还有很多，而且困难程度也远远超出了我们的预想。由于产量较少，商品价格始终居高不下，销售量也因此难以增长。这样一个两难的局面目前尚未得到有效的解决。商品种类尽管比起步时有所增加，但品种较少的现状依然是一个棘手的问题。我们为顾客提供的商品本身虽然充满魅力，但因价格不具有竞争力，所以销售量的增长尚未达到当初预期的目标。这也导致格莱珉女性的销售所得低于预期值，这也成为人员离职的一大原因。

通过“优质商品”的巨大力量， 让社会朝更好的方向发展

尽管困难重重，员工依然坚持深入当地社会，倾听顾客以及格莱珉女性的心声。在不断尝试和失败中，社会企业的事业基础越见稳固。通过这一年的努力，我们强烈地体会到社会企业所蕴含的巨大可能性。尽管条件困难，但我们坚信这项事业一定能够发展壮大。毋庸置疑，提供“优质商品”是事业发展中最为核心的环节。在优质的工厂内生产优质商品并诚信经营，只有这样才能得到顾客的支持，才能创造更多的就业机会，从而引领我们的社会超更好的方向发展。为了早日实现这样的良性循环，我们正在日复一日地努力奋斗。



体现了格莱珉优衣库理念的商品已正式投入销售



为了让更多人了解社会企业，2011年10月，体现了格莱珉优衣库理念的T恤和手提袋在全球的优衣库店铺正式发售。该系列商品也是优衣库全球旗舰店——纽约第五大道店盛大开幕的纪念商品之一。而其中的销售收益将全部投入到格莱珉优衣库的社会企业中。



Grameen UNIQLO

公司名称：GRAMEEN UNIQLO Ltd.
成立时间：2011年8月
注册资金：折合10万美元（约900万日元）
董事构成：迅销集团派驻4名董事、
Grameen Healthcare Trust选任1名董事

grameenuniqlo.com

在全球范围内开展全部商品循环再利用活动的目的在于“将服装的价值毫无浪费地运用到最后”

全部商品循环再利用活动的服装回收件数已突破1,000万件，回收地区也正在逐步向全世界扩展。我们的目标是将服装送到全世界所有真正急需的人们手中。

集团与 UNHCR 及 NGO 缔结合作伙伴关系，旨在解决全球性的社会问题



商品回收活动在英国、美国、法国、新加坡也正式启动！

优衣库全部商品循环再利用活动始于2001年的“颗粒绒循环再利用活动”。此后循环再利用的对象扩大到优衣库和g.u.所销售的全部商品。目前日本的优衣库和g.u.的所有店铺全年对商品进行回收。

2011年3月，韩国优衣库也开始开展此项活动。通过店内的告示和各种宣传活动，循环再利用活动在对社会问题高度关注的顾客中间逐渐推广开来，服装的回收件数也在稳步增长。此外，同年9月起英国、美国、法国，12月起新加坡也分别加入到回收活动的行列中来。我们的目标是将此项循环再利用活动推广到世界所有销售国。

与 UNHCR 缔结全球合作伙伴关系

目前，全部商品循环再利用活动共计回收约1,164万件服装。其中，约有420万件已通过UNHCR（联合国难民事务高级专员公署）及国际NGO捐赠给了尼泊尔、赞比亚、博茨瓦那等22个国家的难民营等处。然而，据UNHCR统计，全世界难民和流离失所者的总数约为4,300万人，而捐赠服装的数量远不及这一数字，现实情况依然严峻。为了改善这一现状并能在更广泛的领域解决难民和流离失所者这一全球性问题，2011年2月，迅销与UNHCR正式缔结了全球合作伙伴关系。我们将与UNHCR携手开展各项活动，其中包括扩大全部商品循环再利用活动中所回收服装的捐赠对象范围、FR员工在UNHCR的前线办事处实习、让日本所接收的难民在优衣库店铺参与实习等。



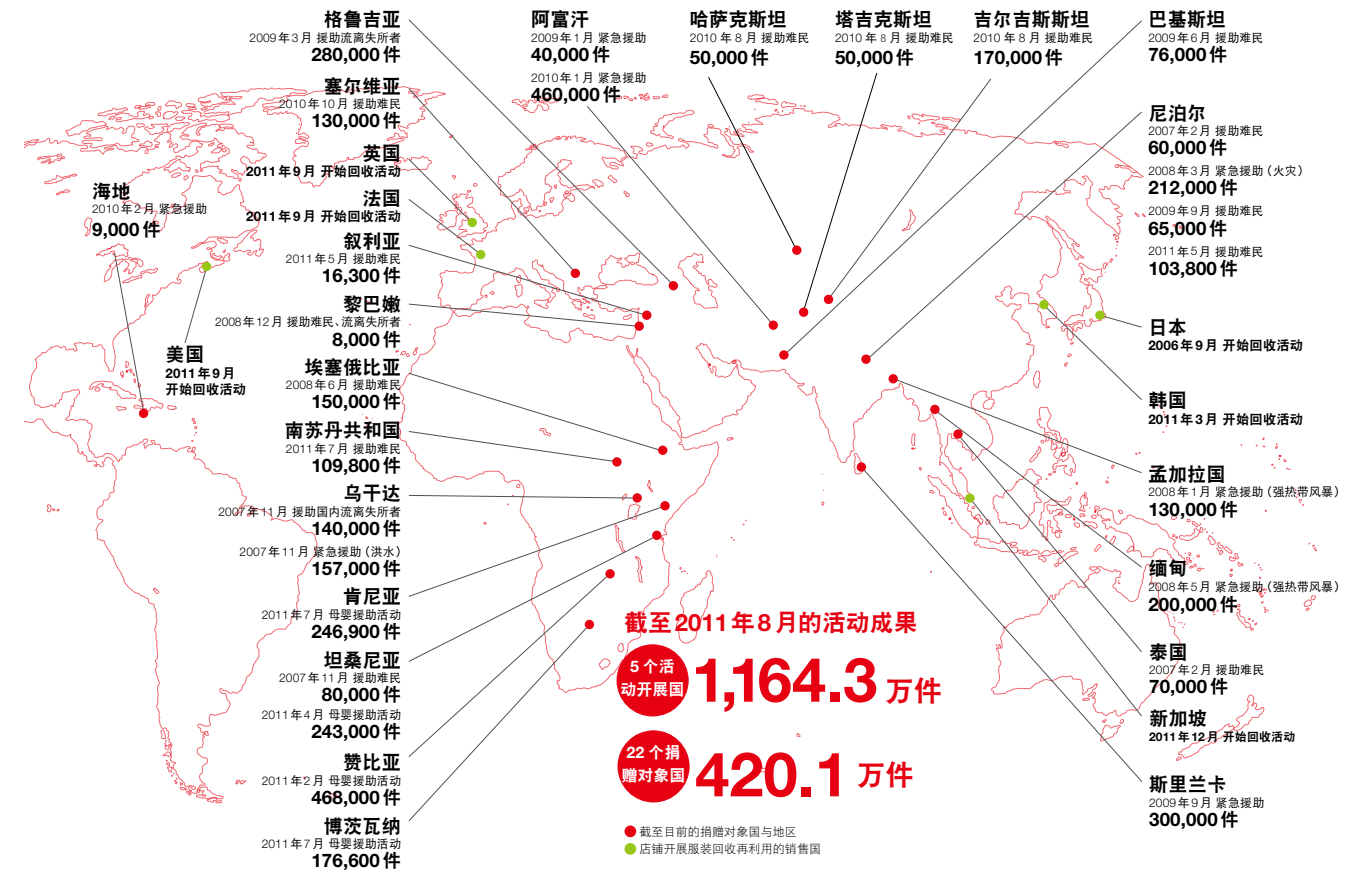
在赞比亚分发孕产妇服和婴幼儿服装

此外，为保护发展中国家孕产妇及婴幼儿的身体健康，FR与全部商品循环再利用活动的官方合作伙伴公益财团法人JOICFP*合作，于2011年2月在非洲南部国家赞比亚开展了服装援助活动。在发展中国家，通过蚊子传播的疟疾是导致婴儿死亡的主要原因之一，而服装正可以大幅减少感染的风险。包括难民和流离失所者在内，世界各地需要服装的群体还有孕产妇、婴幼儿、城市生活贫困者等。他们对服装的需求正在发生迅速而多样的变化。为解决这一社会问题，FR与各种国际机构、NGO等携手，共同构筑了合作伙伴关系。我们的活动不仅仅停留在单纯将回收的服装送往最需要它们的地方，集团员工还通过亲赴捐赠地等多种方式来细致地掌握当地的实情和需求，并在此基础上，努力开展符合当地实际且效果显著的援助活动。

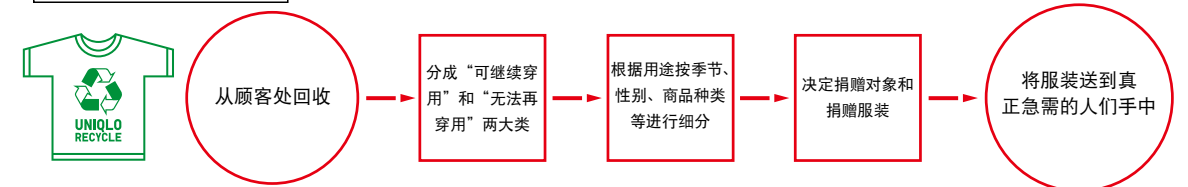


* 公益财团法人JOICFP :JOICFP为Japanese Organization for International Cooperation in Family Planning（日本家族计划国际协力财团）的缩写。该组织成立于1968年，是一个旨在为亚洲、非洲、拉丁美洲的各国女性和孕产妇提供母子保健服务而开展各种国际合作的非政府组织。

在全球捐赠的服装数量 (回收件数的变化过程请参考第40页)



全部商品循环再利用活动



“在需要的时刻，以恰当的方式，送给需要的人们。” 向东日本大地震受灾地区、索马里饥荒援助项目捐赠善款和衣物。

在向2011年3月发生的东日本大地震受灾地区进行援助的过程中，FR除了捐赠善款、援助资金、衣物外，员工志愿者们还直接奔赴灾区，向当地灾民分发了共计约115万件的衣物（约合10.6亿日元）。FR不仅向灾民捐赠了服装，还根据灾后重建的进展情况、气候变化、当地需求等开展以T恤和内衣等生活必需品为中心的持续捐赠活动，从而履行在需要的时刻、为真正需要的人提供服装的企业使命（详细内容请参考第39页）。

此外，在索马里饱受60年未遇的旱灾而遭受饥荒困扰之时，FR通过UNHCR向索马里灾区共计捐赠了200万美元。其中包括以集团名义捐赠的100万美元和柳井正（代表取缔役会长兼社长）以个人名义捐赠的100万美元。并且，作为全部商品循环再利用活动的一环，集团还向在肯尼亚避难的索马里难民捐赠了约100万件服装。遗憾的是，日本国内的民众对索马里灾民的境况还不甚了解。我们希望通过此次FR的援助活动，进一步提高社会对索马里饥荒问题的关注程度。





与利益相关者协同合作， 承担起减轻环境负荷的重任

力求在SPA的所有环节 降低对环境的环境负荷

只要从事生产活动，对环境的负荷便不可能为零。但是我们认为，朝着零负荷目标努力的行动必不可缺，而这种努力也是商品质量的一个重要组成部分。为此，优衣库将各事业国所制定的最严格的安全标准作为“优衣库的全球质量及安全标准”，并要求合作伙伴工厂也遵守上述标准。此外，集团还制定了《生产合作伙伴的行为准则（Code of Conduct，简称CoC）》，2004年起便根据该项准则实施相关审核活动。2010年，除过去一直实施包括环保相关项目在内的劳动环境审核的缝制工厂外，我们还针对处于前

一环节的原料工厂制定了新的环境标准，并正着手进行环境审核。

此类有关降低环境负荷的各种努力贵在持之以恒。今后我们将全力以赴，采取各项措施以加强公司内各部门间的合作项目、增进与业界其他公司及非政府组织间的交流、强化管理标准及审核等检查体系。



迅销作为SPA企业，对从服装企划到生产、物流、销售以及循环再利用的全部环节进行一条龙管理。我们认为，深刻认识整个供应链产生的环境负荷并致力于减排降耗，正是身为一家从事服装生产和销售的企业所应承担的责任。

启动原料工厂的环境审核工作， 与工厂共同采取措施应对环境问题

制定独立的环境标准

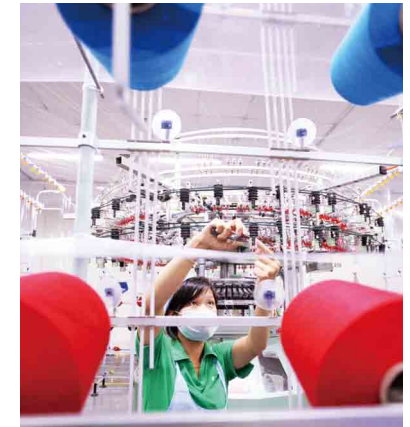
如何才能降低对环境的负荷，这是企业的一项重要课题。迅销集团（FR）非常重视这一问题，今后也将与生产合作伙伴携手，共同采取措施以积极应对环境问题。我们针对缝制工厂，制定了《生产合作伙伴的行为准则（CoC）》，对FR所要求的行为标准加以规定，并根据其中的环保标准实施审核。

此前，我们一直将措施重点放在SPA供应链中的服装缝制环节上。但是我们发现，在整个业务流程中对环境造成负荷最大的是缝制的前一环节，即纺织、染色等原料生产工序。这是因为该环节中大量使用了能源、水和化学物质的缘故。基于这一原因，2010年起除缝制工厂外，我们还针对处于供应链前一环节上的原料工厂制定了《针对原料工厂的环境标准指南》。基于该指南的相关规定，我们对合作工厂进行了严格的审核，对排水等排放物的处理和检测、废弃物管理、化学物质管理、员工健康和安等情况进行认真确认。

针对75家原料工厂实施审核工作

2010年6月至2011年3月，我们对FR集团的75家原料供应商的工厂进行了审核。审核结果显示，2家工厂无违规行为。我们要求其他存在违规行为的工厂立即整改，并由FR员工在现场进行确认。为实现持续性改善，我们还实施了跟进审核。此外，针对问题严重、需要由专业机构进行现场确认的4家工厂，由专业机构实施了跟进审核，具体问题包括：部分锅炉水被排放至雨水槽、未对噪音及发电设备排气等对环境产生的影响进行检测等。

原料工厂通常规模较大，除了生产供应给FR集团的产品外，往往还同时生产很多其他品牌的产品。为了降低此类工厂的环境负荷，需要全球服装业界的所有同仁携手合作。FR今后也将更加积极地推进业内相关标准的制定，始终致力于环境保护事业。



原料工厂在进行纺织和染色的过程中，使用大量的能源、水和化学物质。



随时确认工厂内的排水是否经过恰当处理。



工厂根据相关法律实施排水处理和检测，并在FR要求其提交结果时能及时予以提交。



与利益相关者协同合作， 承担起减轻环境负荷的重任

采取各项措施解决环境问题 以实现真正的“MADE FOR ALL(造服于人)”

FR集团旨在通过服装产业，成为对所有国家和地区的全体社会大众而言极具价值的优质企业。我们衷心希望，能通过服装的力量，促进社会朝更好的方向发展。

“所有国家和地区的全体社会大众”这一概念不仅包括光临FR集团店铺的顾客，合作工厂的工作人员、FR的员工、组成这个社会的所有成员都在这一范畴之内。FR的服装理念定位为“MADE FOR ALL”。为了成为对全世界所有人都有益的优质企业，我们将一步一个脚印，坚定地履行自己的使命。

环保举措便是其中的一项重大课题。我们不仅要推出质优价廉的商品，更应在商品的企划、生产、销售以及循环再利用的全部环节中尽可能采取对环境负荷较低的方法。同时，我们也必须为所有参与FR服装事业的人员提供安全、放心并舒适的工作环境。

我们认为，从原材料采购阶段到最终商品成形，再到商品结束使命进行循环再利用，FR应对这其中的全部环节承担责任。FR向世界所展现的商品价值，不仅体现在价格或质量上。顾客满意的商品应该是在安全舒适的工厂采用低环境负荷的方法生产而出，通过正确的方式进行销售并最终得到有效的循环再利用。我们坚信，这正是全部商品和企业的价值所在，并且一定能够得到全世界顾客的支持。

“MADE FOR ALL”——我们将会深刻思考其含义的同时，不懈努力，为社会提供“真正的优质服装”。

“HEATTECH”的力量—— 以向顾客提供商品的形式为改善环境问题做贡献！

冬季功能性服装“HEATTECH”由优衣库和东丽株式会社于2003年合作研制而成，累计销售件数已超过2亿件。HEATTECH给人们的日常生活习惯带来了诸多变化，让人们“从冬季的臃肿中解放出来”、“在寒冷的天气里积极外出”、“在阴冷的室内舒适生活”。根据优衣库于2011年8月实施的“关于HEATTECH的全国消费者调查”显示，在曾经穿过HEATTECH的顾客中，80.8%的人切实感受到了生活的变化，而担心因节电措施导致冬季寒冷的人达到了52.8%。

2010年，优衣库共销售HEATTECH 8,000万件。假设一名顾客购买2件，每个家庭有4名成员，就有1,000万个家庭购买了HEATTECH。假设这些家庭将空调温度下调1℃，就可以减少58万千瓦的耗电量。同时，二氧化碳的排放量可以减少104万吨，如果换算成森林面积，则约为东京都面积的三分之一（出自东丽株式会社调查）。我们期待HEATTECH能为严冬的节电措施贡献力量！



通过数字解读 2011 年度的活动报告

CONTENTS

对顾客的责任	32
对交易方的责任	34
对员工的责任	36
为当地社会做贡献	38
对环境的责任	40
公司治理 / 遵纪守法	41

对顾客的责任

向所有顾客提供真正的优质服装

基本方针

迅销除商品、卖场、服务、市场营销等与销售相关的活动之外，在组织体制建设、经营计划及其他各种经营措施中，同样秉承“站在顾客的立场上”这一经营理念。

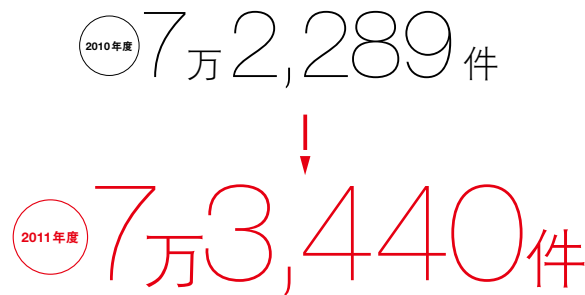
对顾客三个承诺

日本优衣库制定了“对顾客三个承诺”，这些承诺被张贴在店铺之内，全体员工每天投入工作前随领读人员朗读其内容，以此在销售一线全面彻底地贯彻顾客至上的服务理念。

1. 创建整洁的卖场
2. 防止广告商品缺货
3. 三个月内包退包换



来自顾客呼声



将顾客的呼声活用于经营活动中

迅销集团(FR)设立了电子邮箱、电话、传真等方式的顾客窗口，一年365天接受来自顾客的咨询。另外，在优衣库店铺，积极向顾客发放“服务问卷调查”明信片，以直接听取顾客的呼声。2011年，就向东日本大地震灾区提供援助事宜，很多顾客向我们提出了自己的希望与建议。

收到的顾客意见将由CS (Customer Satisfaction: 顾客满意) 推进部归纳汇总，迅速向相关部门及最高领导层报告，同时，对需要答复的意见，迅速地做出答复。

基于顾客呼声的商品企划案例

- 具备“HEATTECH”功能的“BRATOP”

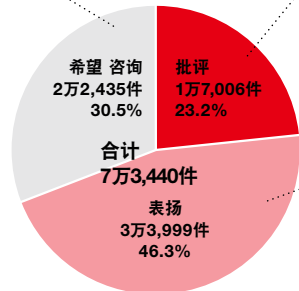
应顾客的要求，优衣库于2011年秋冬开始销售具备“HEATTECH”功能的“BRATOP(内置文胸T恤)”。
- 男装“EASY EXERCISE”的开发

有很多顾客反映，希望推出适合运动的功能性内衣。针对这一强大的市场需求，我们开发、销售了男装“EASY EXERCISE”系列内衣，并深受好评。此外，基于女装“STYLE UP”系列内衣良好的销售态势，我们又在此基础上增加了塑身功能。



2011年度顾客意见的统计结果

- 希望及咨询的主要内容**
- 商品 (32.9%)
 - 店铺服务 (32.7%)
 - 促销及宣传活动 (12.2%)
 - 社会贡献活动 (7.9%)
 - 网络销售 (4.9%)
 - 其他 (9.4%)



- 批评的主要内容**
- 店铺的服务 (46.7%)
 - 商品 (43.2%)
 - 其他 (10.1%)

- 表扬的主要内容**
- 店铺的服务 (95.0%)
 - 社会贡献活动 (0.5%)
 - 商品及其他 (4.5%)

完善的质量及安全管理体系

优衣库的事业遍布日本、欧美、亚洲等国家和地区，我们选择各国最严格的安全标准，作为“优衣库的全球质量及安全标准”。这些标准由负责生产的董事所领导的“质量认定委员会”决定，并以生产部的生产负责人为中心，与各生产厂家共同合作，根据技术顾问^(※1) 组成的知识经验，对所有优衣库商品是否达标进行确认。

我们正在完善这样一种体制，即将确认的信息结果与各相关部门进行共享，并由商品质量顾客对应部负责，尽可能圆满地回答顾客的相关咨询。

另外我们还根据每月CS推进部的“顾客意见和要求”及商品质量顾客对应部的“顾客意见汇总”，向各海外生产事务所(上海、深圳、越南、孟加拉)进行反馈，并分别制定改善方案和对策，编制“异常值案例集^(※2)”，以帮助和启发商品相关负责人并改善商品质量。

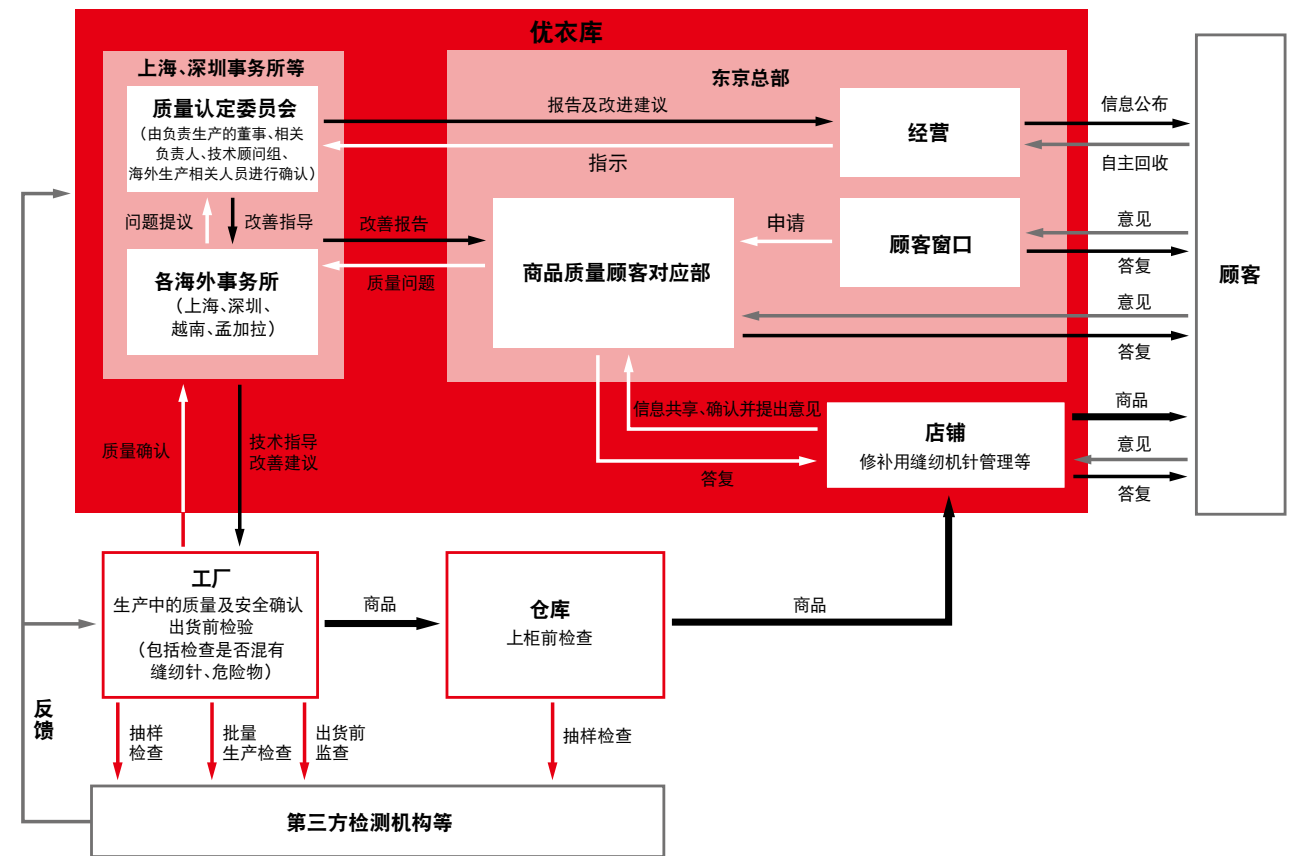
※1 技术顾问：领先于世界的日本纺织产业中活跃着一批拥有高超技能的技术人员。他们在生产现场负责技术指导、工序管理和人才培养工作。从2000年起，原料技术顾问和缝制技术顾问被派往中国等生产地区，他们在生产一线发挥着重要作用(目前共30名)。

※2 异常值案例集：各质量问题的改善提案。为防止同一问题重复发生，海外各事务所间正在横向开展异常值案例的交流共享。

有关降低、根除危险化学物质排放的举措

我们制定的“优衣库的全球质量及安全标准”中包含限制使用的化学物质清单。以总部及当地生产事务所的生产部员工为中心，我们要求交易方执行并遵守该项标准。

优衣库的质量及安全管理体系



商品自主回收件数



由第三方检测机构实施有关安全性的质量检查

优衣库商品所使用的全部原材料均由第三方检测机构^(※3)进行“抽样检查(色牢度检查^(※4)、甲醛检查^(※5)等)”，以确认其安全性。另外，批量生产时，除实施“批量生产检查”之外，还进一步对商品的安全性进行确认，并在工厂出货时，对所有商品进行“出货前检验”(包括检查是否混入针、危险物)。

而且，我们还与第三方检测机构等合作实施“出货前监查”，以确认合作伙伴工厂是否切实进行了产品检验。此外，商品搬入仓库之后，除在仓库进行“商品上柜前检查”之外，还委托第三方检测机构进行“抽样检查”，以强化安全和管理体制。

※3 第三方检测机构：在向宫内厅(掌管皇室事务的政府机构)赠送物品或进行一般性商业交易中，站在公平、公正的第三方立场上，对面料及商品进行质量检验的机构。在日本，该类检查机构有“一般财团法人KAKEN检测中心”等。

※4 色牢度检查：对经过染色的商品的固有耐久性进行检查。

※5 甲醛检查：作为防止缩水的防缩剂、防皱剂及柔软剂，甲醛被用于天然纤维的加工生产中。虽含量极少，但皮肤敏感等人士也有可能引发湿疹、皮炎或皮肤过敏等症。

对交易方的责任

建立更为良好的合作伙伴关系

基本方针

迅销在经营的应有状态、企业的交易姿态、思考方式等所有的企业活动方面，均努力追求“正确”。作为企业，我们不仅要遵守法令、力求公正，还应要求我们的每一名员工及交易方能在行动上做到正确无误。

劳动环境审核（监督检查）对象的工厂数量



在全集团范围内实施劳动环境审核

优衣库与中国、越南、孟加拉等亚洲地区为主的约70家生产合作伙伴一道，定期对其生产环境进行审核，确认工厂内有无雇用童工、强制劳动等不正当现象，在不断推行改善劳动环境活动的同时，定期对外公开相关检查结果。

作为具体活动，我们于2004年度制定了《生产合作伙伴的行为准则（CoC）》，并请外部专业机构对签署保证书的主要缝制工厂进行劳动环境审核。从2010年度起，我们将2008年制定的新评价标准从优衣库推广至其他的集团下属企业，在全集团使用同一标准进行审核，进一步强化了包括实施事先审核在内的工作力度（详细内容请参考第8~15页）。此外，我们还在75家工厂内实施原料工厂相关环境审核（详细内容请参考第28~30页）。

召开工厂大会

为了和合作伙伴工厂共享迅销集团（FR）面向2020年的经营方针，以及介绍优秀工厂在改善劳动环境等方面的成功事例，2011年3月，我们召开了“工厂大会”。



截至2011年8月末的迅销集团定期审核结果

以188家工厂为对象

评价	内容	工厂数量	
		迅销集团	（优衣库）
A	未发现问题	6	(6)
B	发现轻微问题1件以上	66	(56)
C	发现严重问题1件以上	91	(63)
D	发现极其严重问题1件以上	25	(19)
E	应立即重新评估交易状态的极其恶劣和严重的问题	0	(0)

何谓《生产合作伙伴的行为准则(CoC)》

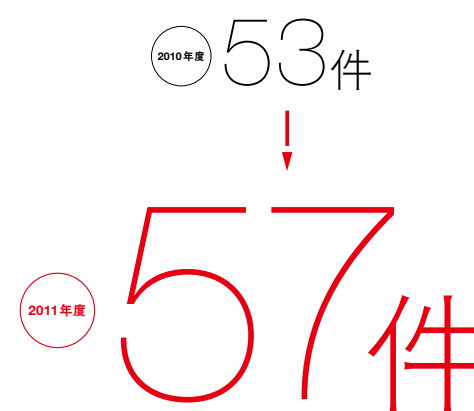
迅销基于国际劳工组织（ILO）的相关规定，制定了《生产合作伙伴的行为准则（CoC）》以规范生产环境（禁止童工劳动以及限制加班时间等），并与合作伙伴工厂签署了保证书。

《生产合作伙伴的行为准则（CoC）》的具体条款

- 禁止雇用童工
- 禁止强制劳动
- 禁止压迫和人身侵犯
- 禁止歧视
- 关于健康和安全
- 关于组建工会的自由
- 关于工资和各种补贴
- 关于劳动时间
- 关于环境保护
- 关于公司规章的制定
- 审核及遵守本准则



呈交企业交易伦理委员会审议的案例件数



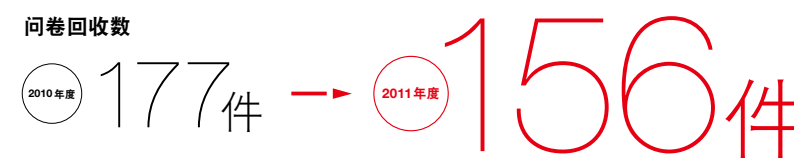
为建立对等、友好的合作伙伴关系而努力

优衣库为与交易方建立对等而友好的合作伙伴关系，于2004年设立了“企业交易伦理委员会”，并制定了作为行为准则的《关于防止滥用优势地位[※]行为的指导方针》。从2009年开始，委员会以集团整体为对象，致力于提高员工意识、调整企业行动，以杜绝与企业身份不相称的行为。委员会由CSR部负责人担任委员长，主要成员包括常务监查董事、外聘监查董事、法律顾问以及公司内相关部门的负责人。2011年度共呈交57件案例。

进行审议时，首先听取交易方及FR双方的陈述，对事实进行调查后呈交委员会，最后通知审议结果。

[※]滥用优势地位：利用自己在交易中的优势地位压制对方，强迫对方接受违反对等关系原则的单方面利益受损的交易条件。

问卷回收数



以所有部门为对象实施交易方问卷调查

迅销由CSR部每季度进行一次是否与交易方存在纠纷的问卷调查。另外，自2003年度起，对交易方也开始进行每年一次的问卷调查。2011年度向包括集团下属公司在内的395家交易方发放了调查问卷，共计回收156份问卷。迅销作为订购方，可能常常居于有利地位，或者存在有悖公平原则的交易行为，为此我们正在不断努力避免此类行为的发生，力求与所有交易方构建良好的合作伙伴关系。在所回收的问卷中，大部分都对我们给予了良好评价，回答内容也涉及很多方面，如：迅销员工的衣着、言语等商务礼仪，以及订货、交货、金额等交易方面的内容。我们真挚地接受大家的意见并在全公司共享，同时也会调查管理层人员及员工是否存在不规范行为。

2011年度交易方问卷调查结果

- 实施期间：2011年7月~9月
- 对象：迅销集团及集团下属各公司的主要交易方

	发放对象数	回收对象数(%)
FR/优衣库(国内)	143家	62家(43.4%)
FR/优衣库(国外)	172家	50家(29.1%)
g.u.	50家	32家(64.0%)
LINK THEORY JAPAN	30家	12家(40.0%)
共计	395家	156家(39.5%)

●问卷回答例举

国外交易方工厂A公司：在商业谈判中觉得贵方态度强硬。
国内交易方工厂B公司：能亲切地进行商谈。

对员工的责任

尊重个人,企业与个人共同成长



迅销集团的目标是,建立易于工作的职场环境并持续提高员工满意度。
基本方针 尊重每一个人,使公司与个人能够共同成长,为此而改善各方面环境,从全球性视角出发,努力培养可积极开展革新的人才。

残障人士雇佣率 (截至2011年6月1日)



优衣库 7.19%

迅销 6.22%
(企业集团推算得出)

促进残障人士雇佣工作

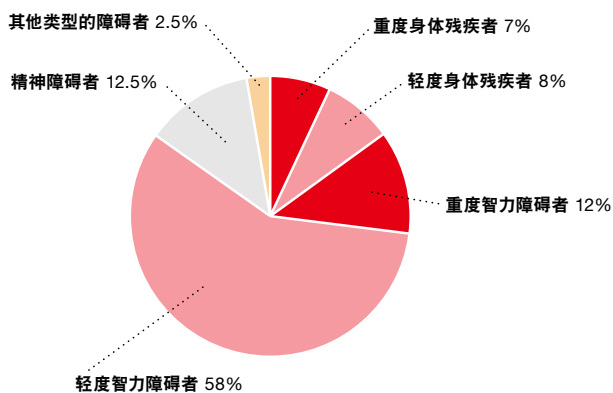
优衣库自2001年起开始致力于残障人士雇佣事业,目标为“每个店铺至少雇用一名残障人士”。通过数名员工共同帮助身患残疾的同事等做法,提高了员工之间的合作意识。现在,96%以上的店铺都雇用了残障人士,其中的一些店铺雇佣人数已超过两名。此外,g.u.以及海外优衣库也开始推进此项工作,韩国已决定2011年雇用39名残障人士(详细内容请参考第20~21页)。

2011年4月,迅销集团(FR)的各子公司均满足集团推算特例的条件,集团整体也因此获得了特例^(※1)认定。全集团的残障人士雇佣率推算为6.22%^(※2)。

※1 企业集团推算特例:根据残障人士雇佣制度规定,各企业均有义务确保残障人士的雇佣机会(法定雇佣率为1.8%)。自2009年4月起,满足一定条件并获得厚生劳动大臣认定的企业集团,即使其旗下的子公司未获得特例认定,也可以企业集团整体为单位,对实际雇佣率进行总计。

※2 据厚生劳动省于2011年11月25日发表的残障人士雇佣状况报告统计,日本民营企业的残障人士雇佣人数创下历史新高的366,199人,实际雇佣率达1.65%,法定雇佣率达标的企业占45.3%。(详细内容请参考日本厚生劳动省主页上的相关公告)

员工的残障类型



育儿休假人数

2011年 570人

工作与生活相平衡

FR支持员工兼顾工作和生活两方面。为了促进公司和个人的长期持续性发展,集团致力于营造让员工能够长期工作的职场环境。育儿休假可以一直休到小孩满一周岁为止。重回工作岗位后,还可以享受育儿期短时间工作制度,直到孩子升至小学四年级同年的3月为止。此外,FR还积极推进男职员的育儿休假制度。

	正式员工	其他	合计
育儿休假人数	176人	394人	570人
育儿期短时间工作制度利用者数	112人	5人	117人
看护休假人数	1人	5人	6人
看护期短时间工作制度利用者数	1人	0人	1人

迅销集团员工派驻的国家与地区



力争实现全球性交流

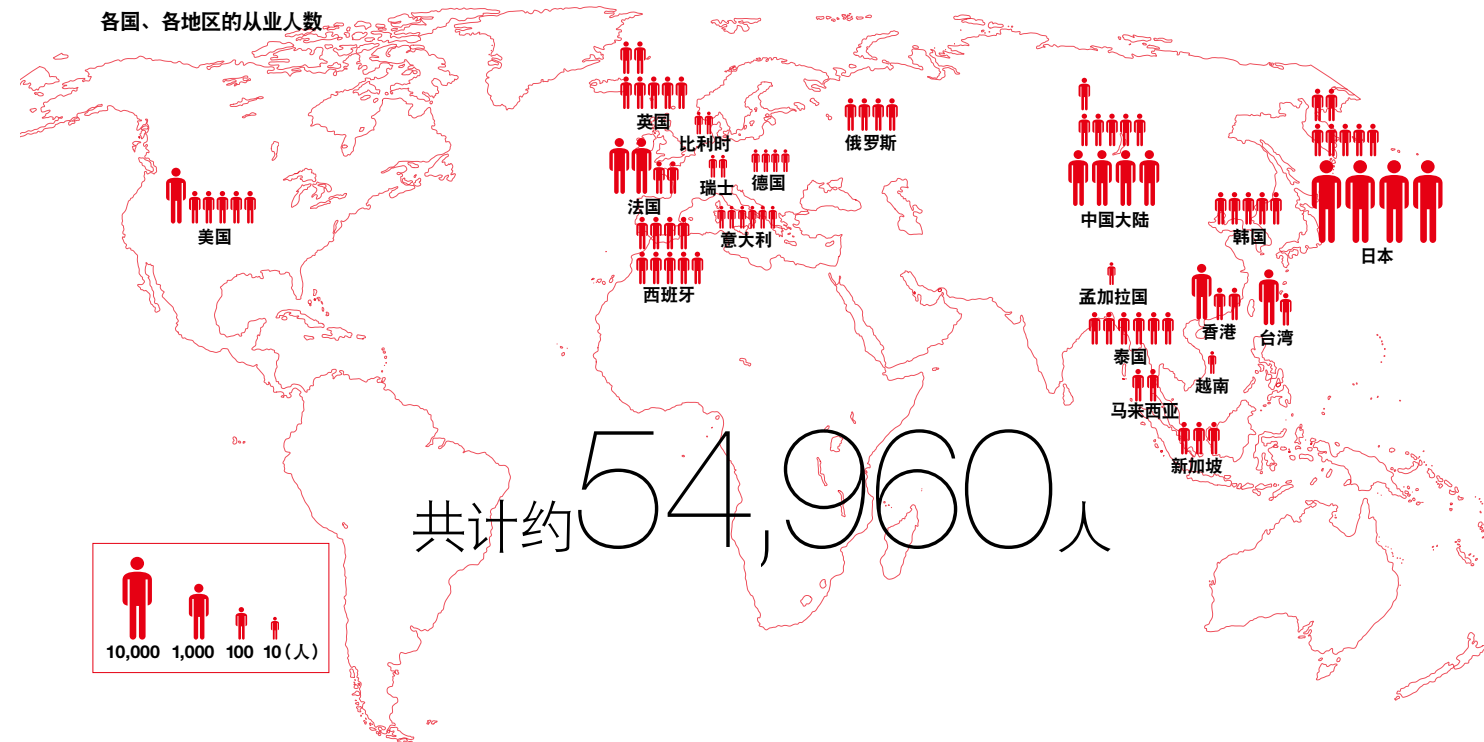
随着集团全球化事业的进一步扩大,迅销集团员工不断前往世界各地开展业务,目前派驻地点已超过19个国家和地区。为进一步促进集团内部的交流、提高业务操作的效率,集团决定自2012年3月开始将英语作为公司内部通用语,目前各种准备工作 and 面向员工的英语培训正在有条不紊地进行中。

培养能活跃于世界舞台的经营管理者

迅销集团为了培养能活跃于世界舞台的经营管理者而设立了FR Management and Innovation Center (FRMIC) 这一部门,旨在打破国界的限制,不断招聘并培养全世界的优秀人才作为未来经营管理干部的候补对象。FRMIC的目标是培养出200名全球经营管理人才,及时考察培养对象的成长变化,并为他们提供适当的机会,以促进其主动成长,可谓是一项前所未有的崭新举措。2010年,FRMIC的在籍人数为100人,2011年由于人员更替和新成员的加入,在籍人数上升至115名。目前,集团在上海、巴黎、纽约等海外经营据点也开始推行相关举措。



各国、各地区的从业人数



防止再次发生工伤事故

FR始终呼吁员工在上下班途中和工作中注意避免受伤或发生事故。在优衣库店铺里,发生最多的是在修改服装等时因使用缝纫机而造成的作业事故。一旦发生事故时,我们会通过提交事故原因报告、把握事故原因、根据需要采取相关改善措施等方式,予以最恰当的处理。今后,集团将继续通过内部通告等形式,定期唤起员工的注意,努力防止类似事故再次发生。

缩短工作时间与督促员工进行健康管理

为减少长时间劳动、提高工作效率,FR在公司总部制定了每周4天无加班日制度。除定期呼吁全公司员工遵守这一制度外,还以加班多的部门及个人为对象,实施个别指导。此外,以正式员工为对象,除普通带薪休假之外又设定了全年16天的特别休假,并鼓励员工有计划地进行休假。

在员工健康管理方面,除每月通过电子邮件向员工发送相关的健康资讯外,还开设了健康咨询室。此外,我们还在公司外部设置了咨询窗口以维护员工的心理健康。

工伤事故件数



为当地社会做贡献

与“当地社区”和谐发展

基本方针

迅销以“作为秉持崇高伦理观的地球公民而努力实践”为行为规范,并在此基础上充分认识到国际社会所面临的课题,注重采取保护地球环境的商业行为,力求实现与社会的和谐发展。

销售商品的“格莱珉女性”人数

超过100人

在孟加拉国开展的社会企业的运营状况

迅销集团(FR)于2010年9月设立“优衣库社会企业孟加拉”公司,与格莱珉银行(Grameen Bank)集团合作,在孟加拉人民共和国正式启动社会企业项目。该项目旨在利用迅销集团的优势所在,于孟加拉当地实现高质量、低价格服装的企划、生产到销售的一系列流程,并通过全新的商业方式解决孟加拉国的贫穷、卫生、教育等社会问题。

项目启动至今已有1年多时间,我们遇到了各种困难,但也看到了社会企业潜在的无限可能。我们力争在今后两年内,每年生产和销售100万件服装,同时创造1,500个就业机会(详细内容请参考第24~25页)。



循环再利用服装的捐赠对象

2010年度 17个国家

2011年度 22个国家

在世界各地通过捐赠服装开展援助活动

我们通过全部商品循环再利用活动,向全世界真正需要服装的人们提供服装援助。截止目前,集团向哈萨克斯坦、塔吉克斯坦、吉尔吉斯、塞尔维亚、肯尼亚、赞比亚等国家提供了共计约420万件服装。服装不仅能使人们防寒避暑、避免伤病,还具有让人感受到穿衣的喜悦与幸福、提高生活质量的力量。2011年9月,集团宣布并实施了向在肯尼亚避难的索马里难民援助100万件服装的计划(详细内容请参考第26~27页)。



支援“濑户内橄榄基金”

NPO法人“濑户内橄榄基金”从2000年开始,以产业废弃物非法丢弃事件受害地丰岛(日本香川县)等濑户内海的诸多岛屿及沿岸地区为对象,开展使这些地区重现丰富大自然的环保活动。优衣库从2001年开始,在各店铺开展募捐活动以及员工志愿者活动。2011年9月起,g.u.也加入募捐活动行列。

截至目前的顾客捐款金额及活动业绩

捐款累计金额:

176,685,895日元

(截至2011年8月)



截至目前参加志愿者活动的员工人数

1,646人

迅销志愿者俱乐部

迅销集团于2004年成立了迅销志愿者俱乐部,这是一个员工自发参与社会奉献活动的志愿者组织。为了便于员工积极参与志愿者活动,俱乐部为活动提供相关的经费补助等。今年的参加人数为223人,迄今为止共有1,646名员工参加了“迅销志愿者俱乐部”。

支援日本特奥会(SO)活动

特奥会(SO)组织是一个为智障人士设立的国际体育组织,主要支援智障人士参与各种体育活动,并举办运动会(特奥会)作为其展现运动风采的舞台。优衣库从2002年开始,作为SO日本总部的官方合作伙伴向该组织提供志愿者制服,并作为运营志愿者援助特奥会的相关工作。2011年,优衣库向参加雅典世界夏季特奥会的日本代表团提供了共计400件运动外套和T恤等。

参与东日本大地震受灾地区衣物分发活动的员工志愿者人数

177人

向东日本大地震灾民分发的援助衣物数量

1,153,000件

植树造林

2010年 104,226棵

2011年 132,497棵

向东日本大地震受灾地区提供援助

大地震发生后,集团立即将以内衣等生活必需品为主的约115万件(约合10.6亿日元)衣物送到灾民手中(详细内容请参考第27页)。此外,我们还向日本红十字会等组织捐赠了善款。该笔善款由顾客捐赠的约2.7亿日元、交易方捐助的约1.3亿日元、迅销以集团名义捐赠的2亿日元、集团在全球各地的员工捐赠的1.8亿日元以及代表取缔役会长兼社长柳井正以个人名义捐赠的10亿日元组成。

此外,集团还通过形式多样的多种方法,开展援助活动。其中包括,日本国内的优衣库店铺每售出1件商品,即向受灾地区捐赠100日元;实施期限限定的援助项目;将发售印有世界名人鼓励赠语的T恤“SAVE JAPAN! UT”所得的约1亿日元销售利润捐赠给受灾地区等。同时还向为大地震遗孤所设立的奖学金“桃·柿育英会^(※)(暂译)”捐赠了2.3亿日元的善款。

※桃·柿育英会 东日本大地震遗孤育英会:一个由建筑师安藤忠雄担任执行委员长的奖学金项目。迅销集团代表取缔役会长兼社长柳井正也作为发起人之一共同参与了该项目的创立。



对环境的责任

持续降低环境负荷及开展环保活动

公司治理 / 遵纪守法

不断深入解决与所有利益相关者息息相关的重要经营课题

基本方针

迅销遵守与环境相关的各项法令，同时还积极关注国际社会面临的问题及地球环境，采取与之相关的各种行动。我们认为，作为企业，要将环境负荷控制到最小限度，首先能做到的就是经营管理效率化。我们会经常思考业务中是否存在浪费现象以及如何能以最少的资源产生出最大的附加价值。

基本方针

在履行企业社会责任方面，集团正在建立起一套重视遵纪守法并使之落实到每位员工身上的相关体制。

环保意识

迅销集团 (FR) 以 2007 年制定的环保方针为基准，针对从商品的企划、生产到物流、销售、废弃为止的 SPA 所有环节，积极采取相关措施，力图降低对环境的负荷。此外，正如 2006 年开始的优衣库全部商品循环再利用活动那样，通过公司的主营业务，不断推动和顾客携手进行的、卓有成效的环保活动。

针对优衣库事业所实施的相关举措以及减轻环境负荷的主要项目

A 倾注于商品中的环保意识

我们认为使用 HEATTECH、速干等最先进的面料，不但可以让服装为人们的舒适生活做出贡献，还能体现出我们对环保的重视程度。

B 减少及杜绝危险化学物质排放的相关举措

2011 年 8 月 12 日，FR 公开表示，将在整个商品生命周期中，努力减少及杜绝危险化学物质的排放（详细内容请参考 CSR 网站 www.fastretailing.com/jp/csr）。

C 物流方面的节能降耗措施

为建立高效率的物流体制，集团经常对物流过程进行调整及改进。此外从 2006 年起，集团重新制定了商品配送用纸箱的重量标准，通过将纸箱重量减轻 15% 的做法，力争实现降低成本和减少资材的目标。

D 办公室内的节能降耗措施

集团东京总部引进了 Free Address 制（一种职员无固定座位的办公方式）。以往，由于部门变动或人员增加等原因会产生办公室的布局变更，容易引起办公用品及资源的浪费。该制度能避免这种情况发生。此外，集团还通过引进扫描打印机，呼吁员工减少纸张打印。

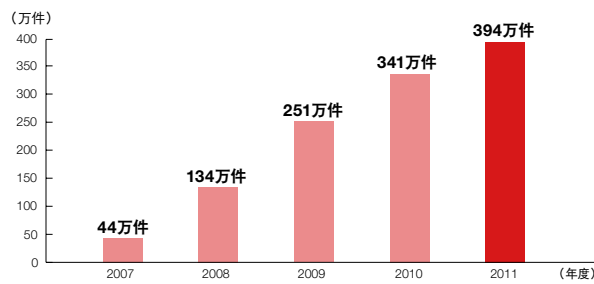
E 店铺的节能降耗措施

集团向所有优衣库和 g.u. 店铺发放《店铺节能降耗指南》，并针对削减用电量等方面实施严格的检查监督。此外，部分店铺还在硬件方面下功夫，导入相关控制设备，或将准备时段的照明降低至营业时段的 60%，时刻注意将用电量控制在最低范围内。

F 全部商品循环再利用活动

优衣库和 g.u. 全店从顾客处回收不再穿用的服装，开展循环再利用活动。参与回收活动的国家目前已扩大至日本、韩国、英国、美国、法国和新加坡（详细内容请参考第 26~27 页）。

截至目前回收件数的变化过程



In 原材料的投入	能源燃料等	D 总部办公室		
		用电量 5,658,031kWh	煤气用量 7,937m ³	用水量 11,764t
资材等	缝制工厂	总部办公室 复印纸用量 8,330,000张	国内物流 能源用量(热量) 2,040,480GJ	店铺 用电量 140,618,957kWh
		缝制工厂 能源使用量(热量) 2,040,480GJ	国内物流 能源用量(热量) 2,030,020GJ	容器包装 4,173t
Out 废弃物的排放	二氧化碳及 废弃物的排放	D 总部办公室 二氧化碳排放量(电、煤气) 3,575.8t-二氧化碳		
		缝制工厂 二氧化碳排放量 211,229t-二氧化碳	国内物流 二氧化碳排放量(电) 13,903t-二氧化碳	店铺 二氧化碳排放量(电) 78,887t-二氧化碳
废弃物 循环再利用	D 总部办公室	可燃物排放量(纸屑等) 634.9t	不可燃物排放量(废塑料等) 6.9t	
		店铺 一般废弃物排放量 22,339.8t	顾客 在全部商品循环再利用活动中回收到的商品 658t	

※原则上采用2011年度的数据。 ※在总部办公室的数据中，煤气使用量仅为山口总公司的数据，其余则为山口总公司和东京总部的合计值。 ※相关数据是将电能、LPG、天然气、重油、轻油、汽油、煤炭、煤气、蒸汽的使用量换算成热量后计算得出。 ※容器包装为株式会社优衣库、株式会社g.u.两公司购物袋(纸、塑料)的使用量。 ※物流数据为2010年4月—2011年3月的数据。 ※店铺数据不包括作为承租者经营的部分店铺的数据。

与全体员工确认 CoC 的内容

迅销集团正在积极地将行为准则 (CoC) 导入到优衣库等集团下属的各个公司。新员工入职时，公司会向他们详细说明准则内容，让员工正确理解并签字确认。此外，每年还会要求所有员工在重新确认内容的基础上，签署保证遵守 CoC 的书面协议，力求全员理解准则内容并予以遵守。

热线咨询件数

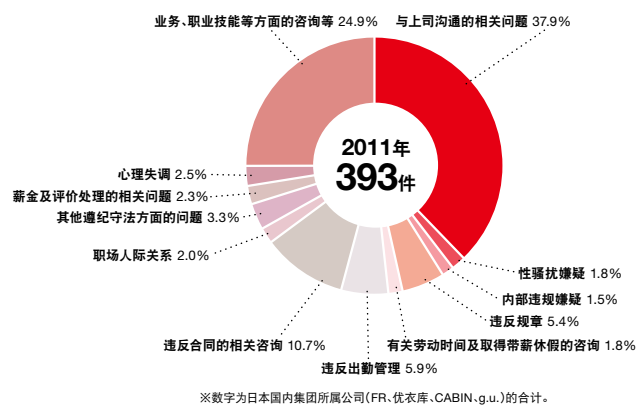


公司通报窗口的运用

FR 设置了可通过电话、电邮、信件等方式进行咨询的综合性窗口 (热线)，供员工咨询有关工作上的烦恼及违反行为准则等方面的问题。咨询窗口的联络方式除在内部网上公开以外，还采用张贴在员工休息室等方式广而告之，从而建立起一套便于员工咨询使用的良好体制。对于涉嫌违反 CoC 的案例，热线负责人会在保护投诉人隐私的前提下对实际情况进行调查，并在定期召开的 CoC 委员会上针对各个案例进行审议，以提出具体的解决方案。热线事务局的工作人员将会针对咨询数量较多的“员工与上司之间的沟通问题”，选取相关案例召开讨论会。集团正在通过上述各种方式推进相关活动，以加深员工对 CoC 的理解。

今后，我们将向集团各公司公布违反遵纪守法原则的案例，积极采取各项措施以防止类似事件的再次发生。

2011 年度热线咨询件数及其内容



内部治理

迅销力求彻底贯彻明确了企业活动基本方针的经营理念“FAST RETAILING WAY”及包含了企业伦理和遵纪守法基本精神的 CoC；同时合法、合理、高效地开展业务活动；确保财务报表的可信度；确立企业信息公开的统一管理制度和管理程序。此外，为了保证这些事项的顺利实施，在自行开展客观的内部监督的同时，集团还定期进行风险分析，积极推进风险管理。

建立相关体制以推进公司治理 / 遵纪守法

FR 在强化董事会独立性和监督职能的同时，还采取了从公司外部选任半数以上的董事会成员及监事会成员等措施，以实现迅速而透明的经营作风，不断提高公司治理的水平。此外，我们认为“遵纪守法”不仅包括遵守法令，还应使全体员工的行为完全符合道德和伦理观念。为此，集团正在以基于上述理念的相关活动为基轴，努力建立公司内部的遵纪守法体制。

●迅销“CSR 委员会”

该委员会负责讨论有关迅销集团整体遵纪守法的推进体制、社会及环保活动等方面的议题，并由 CSR 部负责人任委员长，成员包括最高经营领导、董事、公司外部资深人士等。截至 2011 年 9 月末，本年度共召开 2 次会议。

●迅销“行为准则委员会”

该委员会负责讨论有关 CoC 贯彻实施方面的论题。此外，还就热线咨询中发现的公司内部遵纪守法方面的问题进行商讨并提出具体解决措施，以期改进。委员会由委员长 (总务部门负责人)、监查董事及公司外部律师等成员组成，2011 年度共召开 12 次会议。

●迅销“企业交易伦理委员会”

由 CSR 部负责人担任委员长的企业交易伦理委员会，以提高员工意识、改善企业行为为宗旨。2011 年度共召开 15 次会议。

个人信息保护

在 CoC 相关教育中，迅销将有关注意个人信息使用的重要性编入到教学内容里予以宣传。此外，集团还积极导入《个人信息使用指导方针》；实施进入使用与保管重要个人信息的部门时需通过指纹认证等入室管理办法；设置文件夹访问权限；并在各店铺设立个人信息管理负责人，切实贯彻顾客信息管理制度。

迅销集团简介

株式会社迅销

迅销是一家以休闲服装品牌“优衣库”为核心、在日本以及世界市场开展业务的成衣制造零售企业集团。优衣库作为集团业务的核心力量，在日本拥有843家店铺，在海外拥有181家店铺。集团奉行从企划、生产到销售的一条龙式的SPA经营模式，建立起了一整套高收益的商业运营体系。

迅销集团的事业包括：在国内外同时开展优衣库业务的日本国内优衣库事业和海外优衣库事业，以及拓展其他服装品牌的全球品牌事业。

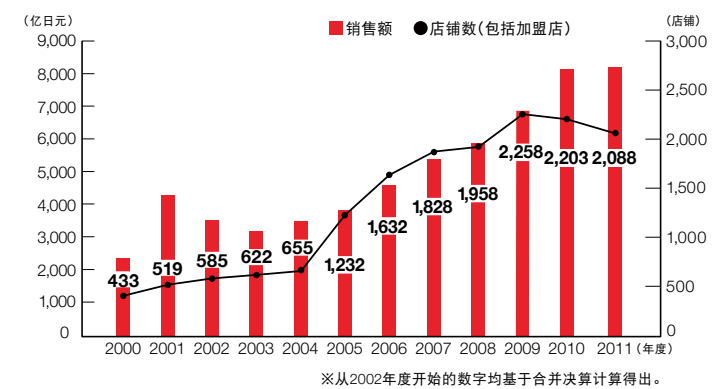
公司简介(截至2011年8月31日)

公司名称：株式会社迅销
FAST RETAILING CO., LTD.
成立日期：1963年5月1日
总公司所在地：日本国山口市山口市佐山717-1
(邮编754-0894)
东京总部所在地：日本国东京都港区赤坂9-7-1
东京中城大厦(邮编107-6231)
资本金：102亿7,395万日元
事业内容：通过持股与控股对集团所属各公司的事业活动进行支配和管理等。

合并决算员工总数：14,612名
合并决算销售额：8,203亿日元
合并决算经常利润：1,163亿日元
决算期：每年8月31日

www.fastretailing.com

销售额及店铺数的发展



日本国内优衣库事业

(日本)



2011年8月决算
销售额：6,001亿日元
营业利润：1,062亿日元
店铺数量：843家^(※)
※含加盟店形式在内的优衣库店铺

www.uniqlo.com



海外优衣库事业

(日本、中国大陆、香港、台湾、韩国、新加坡、马来西亚、英国、美国、法国、俄罗斯)



2011年8月决算
销售额：937亿日元
营业利润：89亿日元
店铺数：181家



全球品牌事业

(Theory、COMPTOIR DES COTONNIERS、PRINCESSE tam·tam、g.u.)

2011年8月决算
销售额：1,240亿日元
营业利润：87亿日元
店铺数：1,064^(※)
※含加盟店在内

theory

www.theory.com

COMPTOIR DES COTONNIERS

www.comptoirdescotonniers.com

PRINCESSE tam·tam PARIS

www.princessetamtam.com

g.u.

www.gu-japan.com

迅销集团 CSR 活动进程

※有关灾害、难民、紧急援助等的详细内容请参考第27页

2001年	3月 4月 10月	成立社会贡献室，进一步推进残障人士雇佣工作(制定优衣库全部店铺每店雇用一名残障人士的目标)。 开始援助濑户内橄榄基金。在优衣库所有店铺设置募捐箱。 开始摇粒绒循环再利用活动。
2002年	6月	开始援助日本特奥会。
2004年	5月 9月	开始对合作伙伴工厂的劳动环境进行审核。 制定面向员工的《行为准则》。设置行为准则委员会。
2005年	9月 12月	获得厚生劳动大臣授予的“雇用残障人士优秀企业”称号。 迅销集团CSR部成立。召开第1次CSR委员会。
2006年	6月 9月 11月	因积极创造能让女性员工在企业施展才能的良好环境，优衣库获得“推进公平企业”东京劳动局长优秀奖。 启动优衣库“全部商品循环再利用活动”，回收对象从摇粒绒扩大至优衣库的全部商品。 首次发行《CSR报告》。
2007年	2月 6月 10月	访问泰国、尼泊尔的难民营。开始难民支援活动。 在雇用残障人士方面获得内阁府颁发的“重新挑战援助贡献奖”。在印度爪哇岛中部地震的赈灾援助活动中表现突出，荣获“蓝绶带奖章”。 制定环境方针、环保指南。
2008年	10月	因积极开展全部商品循环再利用活动而获得“第五届朝日企业市民奖”。
2009年	3月 6月	全部商品循环再利用活动的回收件数首次超过100万件。 正式导入并运用与工厂的劳动环境审核相关的新标准。
2010年	3月 9月 10月	全年开展全部商品循环再利用活动。 通过服装的企划、生产、销售发展社会企业商务，以解决孟加拉国的社会问题。 g.u.店铺开展全部商品循环再利用活动。
2011年	2月 3月 9月 9月 11月 12月	与UNHCR(联合国难民事务高级专员公署)缔结全球合作伙伴关系。 3月11日日本大地震发生后，积极开展赈灾援助活动。 全部商品循环再利用活动的回收地区扩大至英国、美国、法国。 宣布援助饱受饥荒困扰的索马里灾区。 宣布援助泰国洪水受灾地区。 新加坡正式启动全部商品循环再利用活动。

迅销的 CSR 交流

迅销为了促进与利益相关者的交流和沟通，除发行CSR报告外，还积极在店铺里发放宣传册《服装的力量》，同时在网站上及时公布相关信息。

相关网址

迅销集团 CSR
www.fastretailing.com
优衣库 CSR
www.uniqlo.com
格莱珉优衣库
www.grameenuiqlo.com



《服装的力量》

《服装的力量》以“通过服装能做到的事情”为主题，内容涉及CSR活动和各种社会课题。除了在店铺内不定期发放以外，读者还可以在我們的网站上浏览相关内容。

www.uniqlo.com/power_of_clothes



编辑方针

迅销集团发行《迅销集团CSR报告2012》的目的在于明确与本集团企业活动相关的社会责任，并清楚地地向社会传达和说明。我们希望能通过本报告，对来自各利益相关者不断上升的期待与关注，以及各种顾虑进行最诚挚的回应。

本报告内容以株式会社优衣库的CSR活动为主体。今后，迅销集团的下属各公司将团结一致，进一步加快推进相关举措的开展与实施。

有关公司概要及最新信息，还同时刊登在公司年报和迅销网站上。敬请浏览。

本报告内容的对象期间

2010年9月至2011年8月

※本报告中的数值，如无特别说明，均为会计年度的实际业绩。
※关于重要事项，本报告刊登内容均为可能范围内的最新信息。

发行时间

2012年1月(下期预计于2013年1月发行)

垂询部门

株式会社迅销CSR部 FR_G_frgcsr@fastretailing.com

免责声明

本报告不仅涉及株式会社迅销及其集团下属公司过去与现在的实际状况，还包括以截至报告发行时点采取的计划、调整、经营方针及经营战略为基础的将来预测。由于这些预测内容是基于据当时所获取信息而做出的假设与判断，故如各相关条件发生变化，则未来的事业活动结果或进展状况有可能与预测不符。敬请广大读者予以理解。





FAST RETAILING

株式会社迅销

www.fastretailing.com