



## FAST RETAILING WAY (迅銷集團企業理念)

### Statement 我們的聲明

# 改變服裝、改變常識、改變世界

### Mission 迅銷集團的使命

#### 迅銷集團

- 提供真正優質、前所未有，嶄新價值觀的服裝。讓世界上所有人都能夠享受穿著優質服裝的快樂、幸福與滿足。
- 透過獨特的企業活動，以社會和諧為發展目標，為充實人們的生活做出貢獻。

### Value 我們的價值觀

- 永遠站在顧客的立場
- 革新和挑戰
- 尊重個體，公司與個人的成長
- 堅持做正確的事

### Principle 我們的行為準則

- 一切決策皆以顧客為前提而進行。
- 追求卓越，以最高水準為目標。
- 發揮多元性，透過團隊合作達成最佳成果。
- 迅速執行每件事。
- 根據現場、實物、現實，進行實務的商業行動。
- 成為能徹底實踐崇高倫理觀的地球公民。

## Contents

### 4 讓世界朝更好的方向發展

### 12 CEO的承諾

### 14 迅銷集團的CSR

### 16 Challenge 1 / 生產

### 24 Challenge 2 / 環境

### 32 Challenge 3 / 人才

### 42 Challenge 4 / 在地社區

### 52 提昇顧客滿意度舉措

### 54 公司治理 / 法令遵循

### 55 迅銷集團簡介

## 編輯方針

這本由迅銷集團所發行的CSR報告書，旨在說明迅銷企業活動所衍生的社會責任，並彙報活動相關成果。我們站在國際社會的角度，與專家展開對話，不斷與相關利益關係人反覆驗證企業永續經營四大主題，作為我們的「Challenge (挑戰)」，並透過這本CSR報告書，說明面對各項挑戰，迅銷集團所採取的各項舉措。

我們希望能透過本報告書，與各利益關係人深入對話，更真誠回應社會大眾對於迅銷集團的期待與關心。

另外從2015年度開始，迅銷集團以GRI G4永續性報告指南中的核心方案為基準，且同步於迅銷集團官網發佈。詳情請參閱迅銷集團官網所列GRI永續報告指南對照表。

迅銷集團官網除了公佈CSR報告書外，還為投資者提供更多企業相關資訊，如：公司年報，敬請瀏覽參閱。

### 報告對象範圍

以迅銷集團(迅銷有限公司以及日本國內和海外的事業公司)為對象，有別於上述原則時將標明特定對象範圍。

### 報告涵蓋期間

2014年9月至2015年8月

※本報告書中的數值，如無特別說明，均為會計年度的實際業績。

※攸關重要事項者，儘可能以最新資訊刊載。

### 參考指南

GRI G4 永續性報告指南

### 發行時間

2016年1月(下期預計於2017年1月發行)



### 相關網站

- 迅銷集團

[www.fastretailing.com/tc/](http://www.fastretailing.com/tc/)

- 迅銷集團 CSR

[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

人類與地球、國際社會的持續繁榮，  
是各個國家、企業和組織的生存條件，且應做為共同實現的目標。  
但我們所面臨的環境，卻不斷發生著各種問題，  
諸如戰爭、難民、輕視人權、貧窮、缺乏保健衛生、環境破壞等等，  
社會的永續性成長和發展正遭受著威脅。

企業存在於社會之中。  
迅銷集團致力於在全球公平公正地展開事業，  
透過自身發展，解決各種社會問題。  
同時作為SPA(自有品牌服飾專業店零售商)企業，  
有責任確保整個供應鏈的永續性發展。

為了讓世界朝更好的方向發展。  
我們篩選出「生產」、「環境」、「人才」和「在地社區」四大重點問題，  
提出CSR行動方針，制訂目標，推行重點活動，  
迅銷集團努力讓世界朝向更好的方向發展。

# 讓世界 朝更好的 方向發展

UNI  
QLO

GU

Theory

COMPTOIR DES  
COTONNIERS

PRINCESSE tam•tam  
PARIS

J BRAND



FACTORY WORKER EMPOWERMENT PROJECT  
Empowering workers in the...

FACTORY WORKER EMPOWERMENT PROJECT  
Empowering workers...

Women Embroidery Henley Neck 3/4 Sleeve Tunic  
\$34.90

Women Embroidery 3/4 Sleeve Dress  
\$39.90

Women Embroidery 3/4 Sleeve Dress  
\$18.90

FACTORY WORKER EMPOWERMENT PROJECT

透過商業活動和CSR改變世界

全球多様化人才充滿自信，熱在工作



透過服裝將希望送到全球難民手中



# 致力讓世界朝更好的方向發展



迅銷集團  
董事長、總裁兼 CEO  
柳井 正

## 唯有共存共榮方能勝出

隨著全球化和數位化的發展，國境的意義越來越淡薄，產業壁壘正逐漸消失。整個世界緊密相連。地球上發生的任何問題，都會在瞬間影響到我們的生活及事業。過去30年才會產生的變化，現在只需三年，這就是我們所生活的時代。儘管原則或主張各不相同，我們皆身處同一世代，我們都有責任致力讓世界朝向更好的方向發展。

地球環境、貧窮、難民問題等等，全球待解決的課題依舊堆積如山。現在的當務之急，在於實現世界的永續性發展，絕不能漫無目的或是不斷重複歷史。這需要我們徹底認清現實，立足未來，滿懷希望地展開行動。迅銷 (FR) 集團帶著「讓世界朝更好的方向發展」的決心和覺悟，致力於透過自身的事業，積極解決社會問題。

## 你能帶來什麼益處？

根據過去以來經營事業的經驗，我深刻體悟到，當企業決定開拓全球市場時，必須清楚思考以下三個問題。

- 你是誰？與他人有什麼不同之處？
- 你能為這個國家帶來什麼益處？
- 你能為這個世界帶來什麼益處？

換句話說，唯有真正能創造上述益處的企業，才會成功。第二個企業要思考的問題，是否能為該國或當地市場帶來正向影響力，如果只想著獲利是無法得到人們的尊敬。最後則是，企業本身是否有在其他國家也產生積極的影響力，只是承諾將開始努力是不夠的。

「工作時心懷使命感」。這應該是這個時代最為重要的一點。未來我們自身想要如何發展？按照哪種方

針展開經營活動？是否有明確的期待和使命？這些問題的答案，會導致千差萬別的結果。

基於上述價值觀，與事業活動一樣，在CSR活動方面，我們也篩選出重要的永續經營課題，制訂明確方針與目標。

## 永續性發展的世界

為了實現世界的永續發展，我們不僅從側面提供支持，更透過事業本身來解決現今全球各項課題，力求與社會共同進步。

我們在全球各地市場創造就業機會，培養人才，增加人民收入，開拓新市場，而這些僅是實現永續發展社會的第一步。我認為，CSR與商業活動是無法切割的整體，CSR是現今企業生存的必要條件。

日趨惡化的難民問題是當今全球最嚴重的問題之一。過去我們一直積極展開「全商品回收再利用活動」，自2015年10月起更進一步與聯合國難民署 (UNHCR) 攜手合作推動「一千萬個幫助 (10 Millions Ways to Help)」專案，將1,000萬件二手衣送到全球難民和流離失所者的手中。

## 經營的基礎在於尊重人權

目前全球皆在積極杜絕各種歧視，杜絕童工和強制勞動、僱用身心障礙者、幫助社會弱勢族群者、積極僱用女性、促進多樣性、更有效進行全球人力資源管理。重視「人才」是迅銷的經營基礎，我們嚴格實踐法令遵循 (Compliance)，視尊重人權為首要議題，並努力確實傳遞企業理念予每一位迅銷集團的員工。

此外，確保合理的工廠勞動環境也是一項重要課題。2015年3月起，我們擴大工作場域及環境審

核對象範疇，除了原有的製衣工廠，布料工廠也被納入，實施勞動環境及環境負荷相關監測。2015年7月，迅銷集團加入長期為保護工廠勞動者權利發聲的國際NPO組織「公平勞工協會 (FLA: Fair Labor Association)」，致力保護勞動者人權。展望未來，我們也將持續聆聽相關利益關係人的意見與期望，及時掌握時代及社會變化，為工作者創造更好的勞動環境，實現更富裕的生活。

## 降低環境負荷

社會對於企業的環境措施要求越來越嚴格。我們的目標是正確掌握整個供應鏈對環境產生的影響，在各個流程做到環境負荷最小化。2014年9月，迅銷集團加入「全球永續成衣聯盟 (SAC: Sustainable Apparel Coalition)」，與NGO及合作企業夥伴共同攜手，致力降低環境負荷。

## 重視法令遵循和企業倫理

我們一直非常重視法令遵循和企業倫理，堅持以公正誠信推動各項活動，致力建構能夠制衡的經營體制，履行說明責任，推動公正健全的公司治理。我們始終保持開放的態度，虛心傾聽社會的聲音，毫不猶豫地改正缺點。

以「服裝」所擁有的力量，進一步豐富人們的生活，讓社會朝著更好的方向發展。為了實現具有迅銷特色的CSR，我們將不斷地勇敢迎向挑戰。

# 迅銷集團的CSR

## 迅銷集團CSR聲明

### 「讓世界朝更好的方向發展」

#### ► CSR推動據點



## CSR推動體制

為確保CSR目標和活動都是基於合理的商業判斷，迅銷 (FR) 集團全體高級執行副總裁皆為迅銷集團CSR委員會成員。此外還設有其他重要事項決策委員會，如行為準則委員會、商業道德委員會等，皆由公司行政執行官和外部專業人士所組成的委員會。迅銷集團由位於東京總部的各委員會事務局與各國相應部門攜手合作，共同展開各項活動。

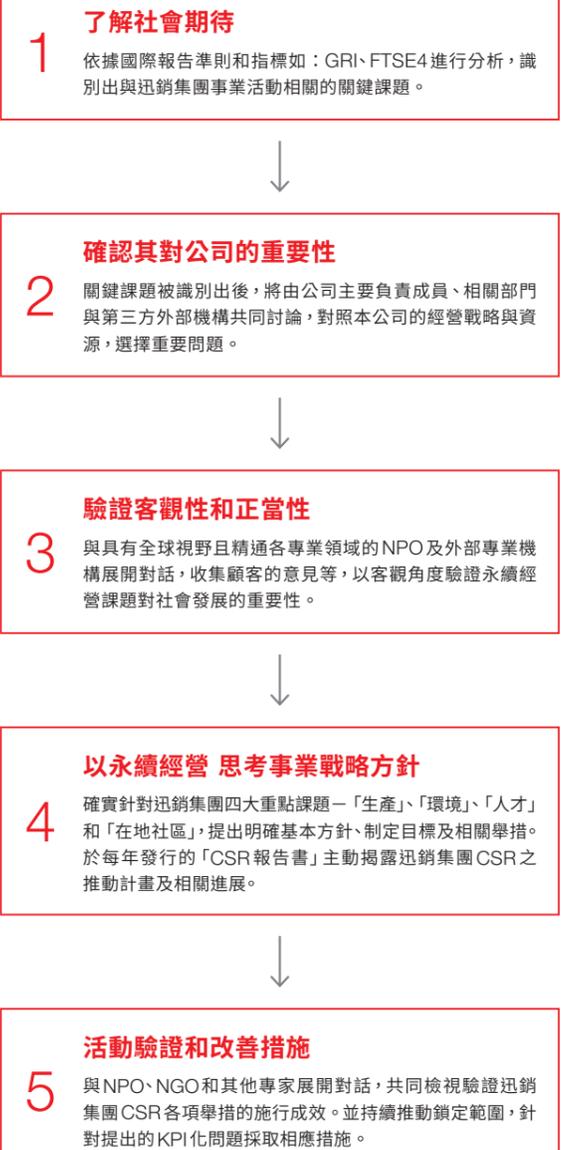
另外還以東京總部CSR部為中心，在海外主要據點設置CSR負責人，建構迅銷集團全球推動體制。每半年舉辦一次全球CSR會議，來自全球的CSR負責人齊聚東京總部，共同討論各國各地區的課題及活動。

## 專注推動CSR四大重點課題

迅銷集團為實現國際社會的永續性發展與自身的成長，明確訂出符合利益關係人所期望的重要課題，並據此推動CSR活動。迅銷集團永續經營課程訂定流程如右圖所示。

自2015年度，迅銷集團針對四大重點課題，按照基本方針提出宣言並制定重點活動，訂立可被量化之目標，以穩健步伐推動相關活動，逐一實踐迅銷集團CSR的階段性目標。

## ► 四大重點課題篩選流程



※ 迅銷集團官網內容，包括相關資訊的連結，皆以GRI G4永續性報告指南的「核心方案」為基準（參考GRI指南（G4）對照表）  
※ 本公司按照具體標準揭露項目進行揭露，按照上述流程方案為基準，選擇對本公司而言重要的項目（主要課題）。關於各方面管理方法，分別刊登在相應重點課題「Challenge（挑戰）」的特輯中。

# 生產

基本方針

迅銷集團尊重服裝生產活動的所有相關者，堅持誠信原則。

與合作工廠建立穩固夥伴關係，確保合作工廠員工的健康與安全，保護人權及其他受到法律保障的權利，努力為員工創造能夠長久就業的勞動環境。

在此基礎上努力提昇商品品質，保證穩定供應，追求具有競爭力的商品，讓世界上所有的人都能夠享受穿上優質服裝所帶來的幸福、喜悅與滿足感。

Challenge

# 1



## Challenge 1 生產

### 宣言

- 重視生產方針中所提出的「三大品質<sup>\*1</sup>」，實現「世界最高水準的服裝生產」
- 找出和解決供應鏈中勞動環境方面相關課題，滿足社會期待
- 與合作工廠通力合作，成為產業實踐最佳勞動環境的佼佼者
- 適時與利益關係人溝通，傳遞資訊

### 重要舉措

- 強化勞動環境監測制度
- 對二級供應商－布料工廠納入實施勞動環境監測範疇
- CSR理念融入生產流程
- 與產業協會及其他品牌合作共同推動CSR活動

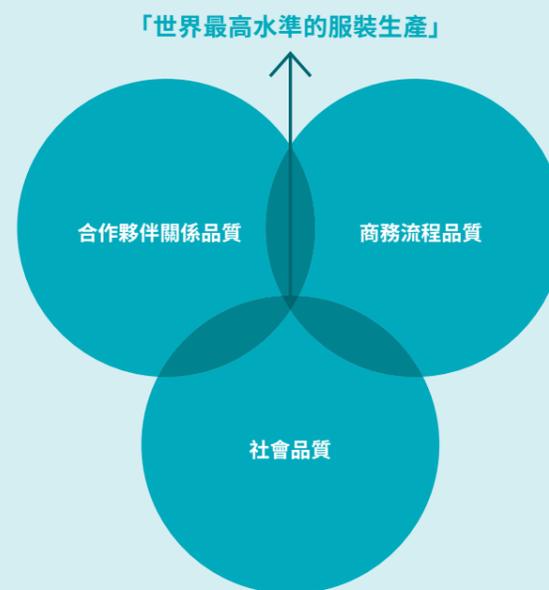
### 與合作廠商共同實現「世界最高水準的服裝生產」

迅銷 (FR) 集團與往來廠商建立穩固合作夥伴關係，致力實現「世界最高水準的服裝生產」，因而作為所有服裝生產活動的基礎，迅銷集團十分重視以下「三大品質」。

- 一、確保合作廠商工廠員工安全的勞動環境，並注重地球環境和愛護動物等之合理流程中生產的「社會品質」。
- 二、立足長遠觀點、與世界最高水準的合作廠商實現共同發展的「合作夥伴關係品質」。
- 三、高精度、高效率地開展工作，確保持續發展的「商務流程品質」。

我們將以長遠的觀點，與心懷相同理想和理念的合作夥伴，不斷迎向挑戰，讓世界朝更好的方向發展。

#### ▶ 生產方針中的「三大品質」(※1)



### 重要舉措

## 與利益關係人共同確保「社會品質」

### 強化勞動環境監測制度

迅銷集團在遍及全球的生產據點，針對往來工廠實施勞動環境監測制度 (參考第20頁)。2015年度，迅銷與外部專業機構共同攜手改善現有勞動環境監測專案。同時致力強化勞動環境審視制度，如將一級供應商製衣工廠之監測方式改為突擊檢查。

此外迅銷集團的CSR部門還會參與合作工廠每月生產計劃確認會議，為幫助工廠維持合理的勞動環境，也會對訂單量進行監測。

### 布料廠納入勞動環境監測對象範疇

2004年開始，迅銷針對一級供應商製衣工廠實施勞動環境監測，2015年9月時，占優衣庫 (UNIQLO) 總產量70%的布料廠也被納入勞動環境監測對象範疇。除此以外，迅銷也在布料工廠實施環境負荷相關監測。

### CSR理念融入生產流程

迅銷集團的生產體制最大特別點在於，僅與認同生產方針－「三大品質」，並期許與迅銷集團共同踐實「世界最高水準的服裝生產」理念的夥伴工廠合作，共同展開生產活動。迅銷在上海、胡志明市、達卡、雅加達及伊斯坦堡設制生產辦公室，建立完善又穩固的當地體驗，約400名品質生產進度管理人員在此工作。

迅銷集團CSR部門設有CSR供應鏈管理團隊專門負責與合作工廠共同推動CSR相關活動。位於東京總部的CSR團隊與各生產事業部緊密合作，確實監測合作工廠的勞動生產環境，並適時給予指導改善。

同時，生產部為了與合作工廠攜手共同履行社會

責任，與合作工廠保持密切的溝通與交流，並主動積極與CSR團隊合作，採取相關措施，努力實現合理的勞動環境。

具體活動包括：CSR部門針對生產部定期實施CSR培訓課程，說明迅銷集團對CSR的立場及相關舉措，分享成衣產業所面臨的課題與挑戰、以及如何於生產環節實踐CSR。此外CSR部及生產部經常性地拜訪合作工廠，隨時掌握工廠經營狀況及問題點，並給予指導改善。透過此合作模式，成功建構共同解決課題的體制，努力實現「社會品質」。

### 與產業協會及其他品牌合作共同推動CSR活動

迅銷集團藉由強化與產業協會及其他品牌間的合作，集結產業力量，共同致力解決成衣產業所面臨的課題與挑戰。2013年8月，迅銷集團簽署了《孟加拉消防及建築物安全協議》(Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh, 參考第23頁)，2014年9月加入「永續成衣聯盟 (SAC)」，該組織長期為成衣產業對環境及社會所造成的影響而努力。2015年7月，迅銷加入長期為保護工廠勞動者權利發聲的國際非營利組織「公平勞工協會 (FLA)」。

### 公開生產活動相關資訊

迅銷集團透過本企業社會報告書及迅銷集團官網定期揭露與合作工廠共同推展的相關生產活動資訊。

2015年度，一份由非政府組織所公佈的報告指出，迅銷集團的合作工廠內存在勞動環境問題。為此迅銷集團立即實施了相關調查，並在官網上公佈調查結果，與合作工廠共同制訂的改善計劃和進展情況等。

## 維持合理勞動環境為首要之務

### 勞動環境監測與生產合作夥伴行為準則

迅銷 (FR) 集團的勞動環境監測，是與合作工廠共同創造雙向價值的重要舉措。如：確保安全安心的生產勞動環境，尊重工人人權，提高工人滿意度，提升工廠經營生產率和品質等。

2004年迅銷制訂了《生產合作夥伴行為準則 (CoC)》，並以此為基礎，由外部專業機構對生產現場的勞動環境進行監測，再由迅銷將審核結果回饋到合作工廠。對於需要改善的工廠，由CSR部直接前往，在現場與廠方一起找出問題的根本原因，並展開改善活動。所有合作工廠都必須同意此行為準則，並有義務保證遵守該準則內容。

對於所有可能成為合作對象的工廠，還會實施「預先審核」。合作工廠若能及早著手改善活動，有助於減少開始合作後出現問題，進而提高審核評價。

### 違規問題的改善事例

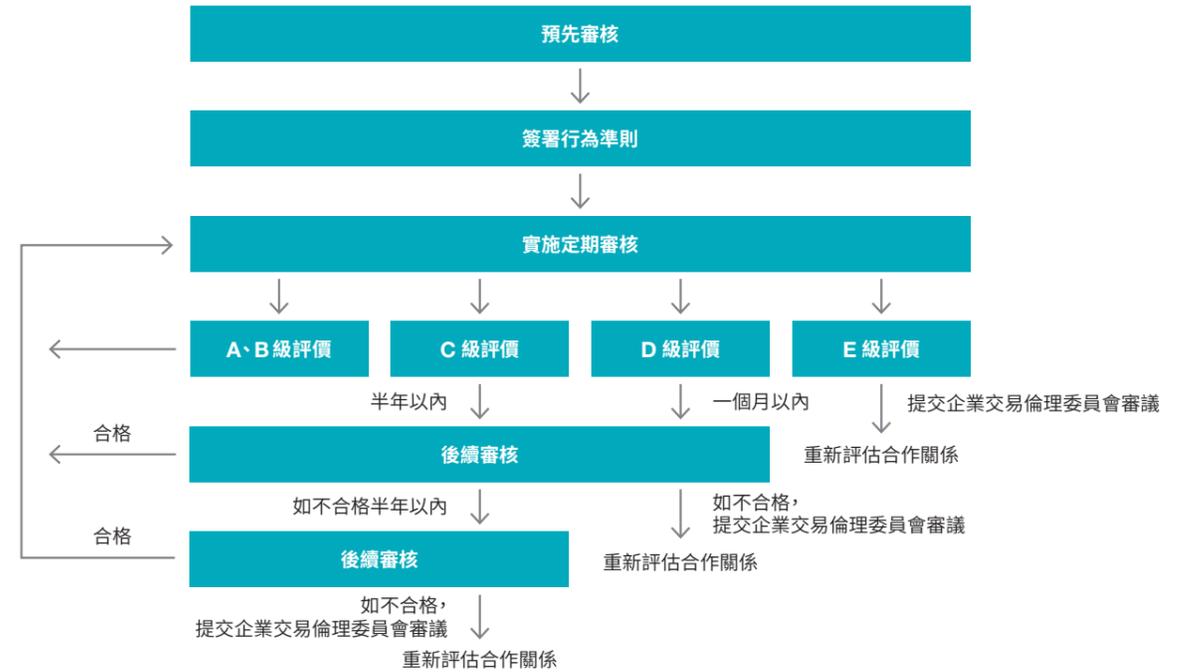
#### ● 健康及安全相關對策不夠完善 (越南)

2015年7月的定期審核中，發現五件與健康安全相關的重大疏漏，如生產現場緊急出口不夠完善等。迅銷對此進行了指導，並確認問題全部得以改善。

#### ● 拖延支付加班費 (孟加拉)

2015年2月的定期審核中，發現拖延支付加班費的問題。工廠原本規定在基本工資數日後才支付加班費，但在迅銷要求改善下，工廠同意變更支付方針。在後續審核中，迅銷確認該情況已完全得到改善。

### ▶ 勞動環境監測的制度



#### ● 預先審核

開始合作前實施的審核。事先判斷是否能與該工廠進行合作。審核步驟和評估標準與定期審核所包含的項目基本相同，但實施重點放在僱用童工等重要項目上。

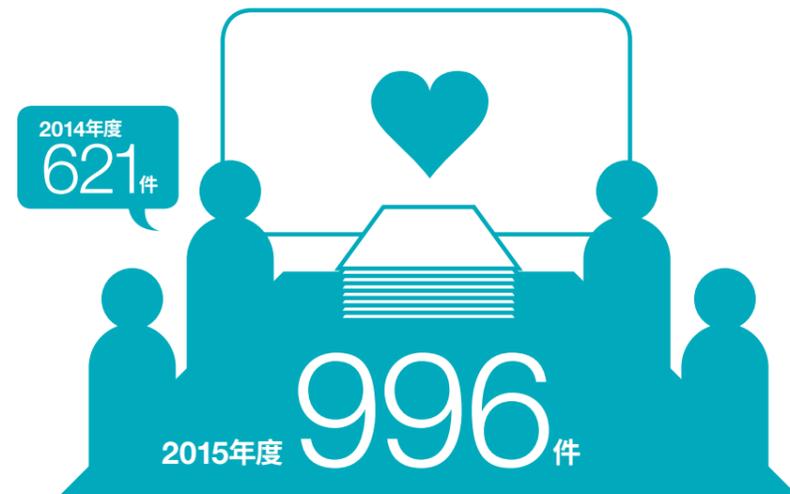
#### ● 定期審核

專業機構的審核員親自前往一級供應商製衣工廠進行突擊檢查。從首次會議開始，陸續實施工廠、宿舍、餐廳等現場審核、員工訪談、資料審核等。最後召開總結會議，就監測中發現的問題事項，與工廠負責人確認，並提供回饋以便改善。

#### ● 監測評價

審核的結果，按照迅銷的標準 (A - E) 進行評價，性質極為惡劣的事例為E級評價，會立即決定重新評估合作關係。針對C級與D級評價案例進行改善指導，並實施後續審核以確認改善結果，如未有改善再提交企業交易倫理委員會審議，做出重新評估合作關係等決定，由此可知迅銷對於審核結果的嚴謹態度極為嚴格。另外，如發生嚴重事態，CSR部員工將直接前往該工廠，確認相關事實後重新審視合作內容，並根據工廠的經營和僱用情況作出最終決定。然後與工廠一起採取措施防止再次發生，如果工廠能夠加以改善，也會進行重新評估，恢復正常合作關係。

### ▶ 勞動環境監測實施總數



### ▶ 勞動環境監測結果 (截至2015年8月底)

評價	內容	實施定期審核工廠數 (括號內表優衣庫UNIQLO工廠數)		
		2013 年度	2014 年度	2015 年度
A	未發現問題	11 (10)	1 (1)	5 (1)
B	發現輕微問題 1 件以上	134 (95)	175 (115)	202 (115)
C	發現嚴重問題 1 件以上	97 (45)	72 (32)	171 (73)
D	發現極為嚴重問題 1 件以上	48 (19)	77 (17)	75 (28)
E	應立即重新評估合作狀態的極為惡劣和嚴重的問題	4 (1)	7 (3)	19 (10)
合計		294 (170)	332 (168)	472 (227)

- 2015年度針對472家工廠實施了審核
- C級評價的問題中，勞動安全衛生相關問題最多，因此將展開強化合作工廠內部管理體系的措施
- 由於強化了預先審核及進一步監測，本年度D級評價的數量跟上一一年有所下降，但「緊急出口未達到迅銷標準」、「緊急通道上堆有物品」等安全問題較多，因此將更努力確實貫徹實施迅銷標準
- 與2014年度相比，E級評價數量有所增加。在規定檢測次數內未見改善，因此評為E級，需要重新評估合作關係的案例增加很多。
- 針對2015年度被評為E級的工廠重新評估合作關係。未見改善的工廠已與其終止合作關係。

在供應鏈中推動 CSR

## 以提升合作工廠的自我管理能力為目標

### 設置和培養 CSR 專責負責人

若合作工廠無需迅銷 (FR) 進行勞動環境監測和改善活動指導，就能自動地維持對工廠和工人而言具有價值的勞動環境，是最理想的狀態。因此迅銷要求合作工廠設置 CSR 專責負責人，在工廠內部建構審核體制，積極致力提升合作工廠的自我管理能力。

另外，迅銷的 CSR 部還召集合作工廠的 CSR 負責人來各生產辦公室，定期實施培訓。這些定期培訓能夠幫助工廠的 CSR 負責人學習改善勞動環境的意義、勞動者權利及健康安全管理等，分享各工廠的最佳實踐案例，積極思考工廠應該實踐的措施。

### 合作工廠內部舉報熱線

迅銷認為，想要改善合作工廠內的勞動環境，必須透過不會對工廠工人造成不利的方法，廣泛聽取大家的意見和要求，建構公正判斷和應對的體制。勞動環境監測不僅關注各合作工廠內是否設有舉報熱線 (投訴處理制度)，還著手掌握其體制和使用頻率等實效性。

與產業協會及其他品牌共同推動 CSR 活動

## 在孟加拉展開的舉措

### 預防火災及確保建築物安全

迅銷記取孟加拉製衣工廠不斷發生火災及大廈倒塌事故教訓，為了保證工廠工人的安全，於2012年開始針對孟加拉的合作工廠實施自主檢查 (防火檢查、建築物安全檢查)。2013年8月，迅銷簽署了《孟加拉消防及建築物安全協議》(Accord on Fire and Building Safety in Bangladesh)。

自主檢查中發現的550個問題事項，除了根據另行協議制訂改善計劃的問題事項外，均於2015年10月改善完畢。

迅銷還針對所有合作工廠實施協議規定檢查，所有對象工廠都制訂了改善行動計劃。透過協議規定檢查發現存在問題的工廠中40%已經改善完畢。迅銷的目標是在2018年以前，幫助全部工廠完成改善。

### 工廠女工幫助專案

孟加拉是迅銷集團的重要生產據點，其社會問題是，大多數成衣業的女性從業人員，缺乏接受基礎教育的機會。

因此優衣庫 (UNIQLO) 在孟加拉實施「Factory Worker Empowerment Project」專案，即在孟加拉當地生產女性民族服飾設計的系列商品，放在全球主要店舖進行銷售，並拿出銷售所得的部分收益來幫助合作工廠的女工。該專案依據國際非營利組織 BSR 所推動的「HERproject」計劃，旨在幫助女性學習基本營養學、衛生和健康管理及家計管理等生活技能。第一階段中已有兩萬女性工人參與此專案，預定在2016年4月前，所有對象工廠都將開始實施相關培訓，並於2017年3月前完成所有培訓計劃。



 迅銷集團 CSR 網站 (英文)  
[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

- 與合作工廠攜手
- 基本方針
  - 理想的服裝生產
  - 在供應鏈中推行 CSR
  - 勞動環境監測
  - CSR 理念融入生產流程
  - 孟加拉安全保證相關措施
  - 工廠女工幫助專案
  - 推動公正平等的合作

# 環境

## 基本方針

迅銷為實現「環保型經營」，遵守與環境相關的各项法令，同時積極關注國際社會面臨的問題及地球環境，採取與之相關的各種行動。迅銷認為，作為企業，為將環境負荷控制到最小限度，首要之務為實現經營管理效率化。經常檢視業務中是否存在浪費，如何才能以最少的資源產生出最大的附加價值。

- 在商品企劃、生產、物流、銷售以及廢棄的流程中，積極展開重視降低環境負荷的活動。
- 在事業活動過程中，也針對主要店舖制定降低環境負荷的目標，並朝目標積極展開行動。
- 將工作重點放在對環境負荷較高的產品生產流程，與合作工廠攜手，積極致力降低環境負荷。
- 與重要利益關係人—顧客共同思考環境問題，積極展開能帶來良好影響的活動和對話。

Challenge

# 2



## Challenge 2 環境

### 宣言

- 掌握整個供應鏈中對環境可能造成的影響，努力實現各個流程對環境造成負荷的最小化
- 與產業團體及NGO合作，突破單家企業的限制，發揮領導作用
- 透過店舖、商品和服務，積極和顧客展開與環境相關的對話及相關舉措

### 重要舉措

- 量化公司對環境產生的影響並做到可視化
- 在各事業流程中推動降低環境負荷的行動
- 危險化學物質零排放行動
- 強化環境監測
- CSR理念融入生產流程

### 以實現「環保型經營」為目標

迅銷 (FR) 集團為做到將整個供應鏈的環境負荷降到最低，積極因應國際社會面臨的地球環境問題，制定環境基本方針，確立目標，展開相應活動。首先針對日本優衣庫 (UNIQLO) 店舖，制定目標於2020年底前減少10%二氧化碳排放量 (總建築面積單位成本) 的目標，並著手從店舖設計及資材採購進行改善。

迅銷集團的供應鏈中，環境負荷最高的是生產過程。迅銷針對合作工廠實施環境影響審核。自2014年9月加入「永續成衣聯盟 (SAC)」，迅銷開始著手進行審核項目的重審和改善，以便確保整個產業能有效且高效推動環保行動。並計畫於2020年1月前完成全部商品生命週期中危險化學物質零排放的專案。

作為SPA<sup>※1</sup>企業，積極深入參與所有事業流程，與合作工廠等利益關係人攜手共同降低環境負荷。

※1 SPA：Specialty store retailer of Private label Apparel的縮寫，意為「自有品牌服飾專賣店零售商」，指對原料採購、商品企劃、研發、生產、物流、庫存管理等，從生產到銷售的各個環節實行一條龍式的生產管理銷售模式

## 杜絕危險化學物質排放行動

# 「危險化學物質零排放專案」

### 與利益關係人共同努力推動

迅銷為推動—SPA事業的企業，了解到減少危險化學物質排放的重要性，2011年開始推動相關行動以達到零排放。2013年發表宣言，開始推動「危險化學物質零排放專案」，目標在2020年1月前，將全部商品生命週期中的危險化學物質排放量減至零。

迅銷正與合作工廠、化學藥品行業、NGO及同業與其他企業等各利益關係人攜手合作，朝向零排放的目標，積極展開相應行動。

具體行動包括：要求合作工廠遵守迅銷的標準，實施工廠的產品及排水檢查。如發現問題，則前往合作工廠或化學生產商進行訪談和現場訪問，探明原因，指示採用替代物質等，迅速予以應對。

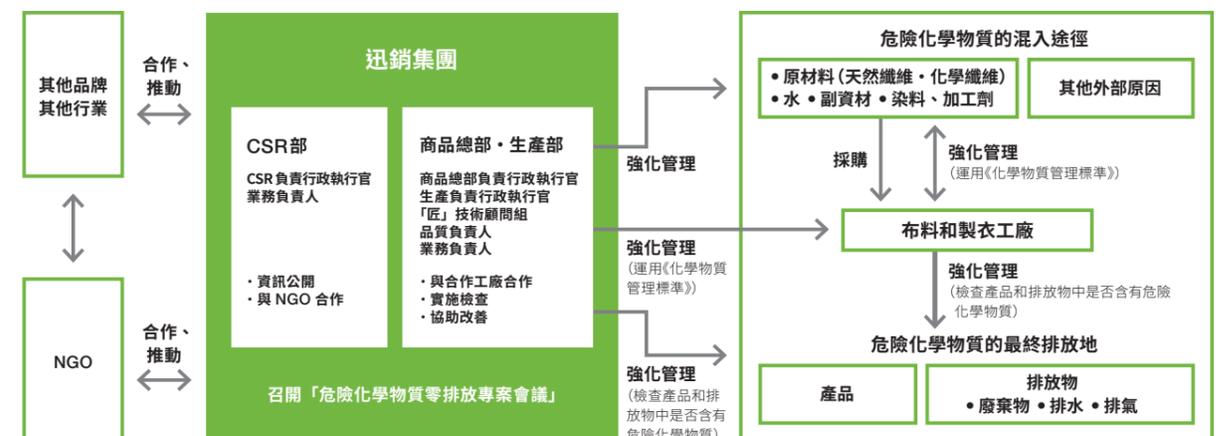
### 經營管理層參加的定期專案會議

迅銷為確實推動「危險化學物質零排放專案」，已展開內部專案會議。由CSR部、商品部、生產部等各主要執行者及負責人、由染色和布料生產專家所組成的「匠」技術顧問組，以及質量團隊的負責人等出席。東京總部與各國生產辦公室時常透過遠端視訊召開會議。

會議主要針對項目中的三大重點進行。1. 根據檢查的結果，如果發現存在危險化學物質，追究其原因並協商改善方案。2. 根據檢查結果實施排水狀態報告和因應報告。3. 與合作的NGO定期召開會議。此外還因應各國的法律變更等，協議調整相應的標準。

另外，迅銷官網上也公佈各種最新相關資訊，如限制、管制物質列表以及專案進展等。

### ▶ 危險化學物質零排放行動



## 降低所有事業流程中的環境負荷

### 針對各事業流程推動相關行動

迅銷 (FR) 集團掌握整個供應鏈對環境可能造成的影響，按照環境負荷的量和質來決定優先順序，與利益關係人共同致力於在各事業流程中降低環境負荷。

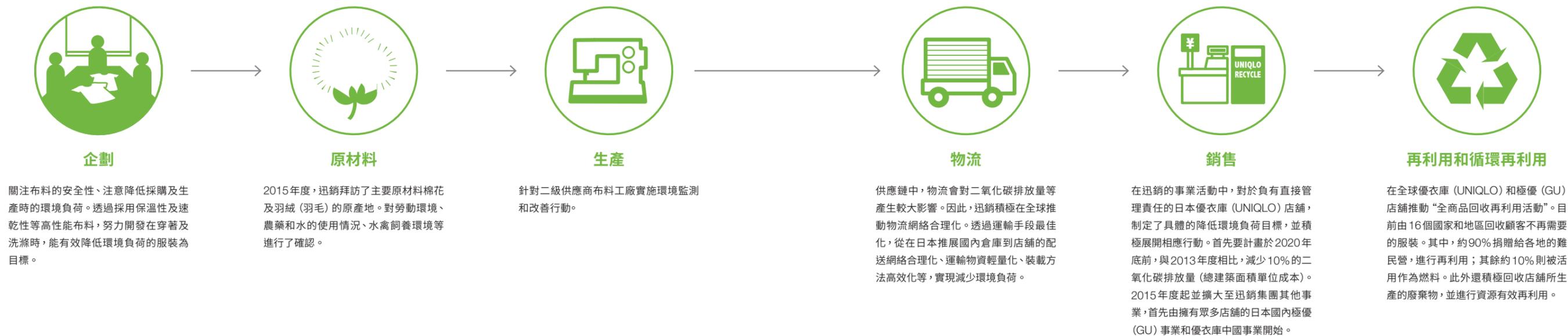
布料生產過程會對環境造成很大影響，在這一過程中，迅銷針對布料工廠實施環境監測，並跟進後續發展確保改善。

今後迅銷將根據各事業流程的狀況，制定和實踐最佳方案，積極降低環境負荷。

▶ 截至2020年底前日本優衣庫 (UNIQLO) 店鋪的二氧化碳排放量削減目標 (與2013年度相比，總建築面積單位成本)



### ▶ 於SPA流程降低環境負荷行動



### ▶ 事業活動所產生的環境負荷

	企劃	生產	物流	銷售	使用/廢棄
In 能源及原料的投放		<b>製衣工廠和布料工廠</b> 能源使用量 (熱量) 17,116,915 GJ 電力 508,492,602 kWh LPG (液化石油氣) 1,252,172 kg LNG (液化天然氣) 7,409,376 kg 天然瓦斯 29,599,589 m <sup>3</sup> 燃料油 139,789,380 ℓ 柴油 1,440,937 ℓ 汽油 462,668 ℓ 煤炭 (包括煤氣) 201,470,102 kg 蒸氣 671,362 t 用水量 24,785,654 t	<b>物流</b> 能源使用量 (熱量) 307,356 GJ	<b>店鋪</b> 用電量 217,278,085 kWh 城市瓦斯用量 1,455,441 m <sup>3</sup> LP瓦斯用量 1,286,365 m <sup>3</sup>	
	<b>能源燃料等</b>	<b>總部辦公室</b> 用電量 4,779,562 kWh 瓦斯用量 4,822.2 m <sup>3</sup> 用水量 13,876 t	<b>總部辦公室</b> 影印紙用量 12,098,500 張		
	<b>資材等</b>			<b>店鋪</b> 容器包裝 5,573 t	
Out 二氧化碳及廢棄物的排放		<b>製衣工廠和布料工廠</b> 二氧化碳排放量 1,705,655 t-CO <sub>2</sub>	<b>物流</b> 二氧化碳排放量 20,991 t-CO <sub>2</sub>	<b>店鋪</b> 二氧化碳排放量 (電) 119,502 t-CO <sub>2</sub> 二氧化碳排放量 (瓦斯) 11,735 t-CO <sub>2</sub>	
		<b>總部辦公室</b> 可燃物排放量 (紙屑等) 218.8 t 不可燃物等排放量 (廢塑料等) 3.6 t			
	<b>廢棄物、回收再利用</b>			<b>店鋪</b> 一般廢棄物排放量 51,440 t	<b>顧客</b> 「全商品回收再利用活動」中回收的商品 1,457 t

※ 工廠數據為生產優衣庫 (UNIQLO) 商品工廠的數值 ※ 物流數據為2014年4月至2015年3月的數值。  
 ※ 物流店鋪數據為日本國內優衣庫 (UNIQLO) 事業的日本國內數值 ※ 總部辦公室的數據為日本國內 (山口總公司和東京總部) 的合計數值。  
 ※ 容器包裝為日本國內優衣庫 (UNIQLO) 和極優 (GU) 所使用的購物袋 (紙袋、塑料袋) 用量。  
 ※ 「全商品回收再利用活動」中回收商品的統計對象為截至2015年8月底送至回收分類站的產品。

## 為成衣行業的可持續性發展做貢獻

### 布料工廠的環境監測

在供應鏈中，布料的生產過程（紡織、織布、編織、染色、加工等）由於使用大量的水和化學物質，產生大量的廢棄物。因此迅銷（FR）了解其對環境產生很大的影響，從2010年開始，迅銷針對二級供應商布料工廠實施環境監測。

環境監測依據《布料工廠環境標準》實施。該標準的前五大項目分別是：1. 環境管理體制，2. 化學物質的管理，3. 廢棄物的管理和處理，4. 石棉/PCB對策，5. 排放物（排水等）的處理與測量，各項目下設5~10個詳細標準。

實施環境監測時，首先由外部專業機構按照上述標準對現場進行詳細確認。迅銷與合作工廠共同分享檢查結果，在雙方協商一致的期限內，工廠須進行改善，根據存在問題的數量和內容，迅銷將由CSR部或生產部前往工廠進行改善指導，並實施後續審核確認改善情況。

### 強化環境和勞動環境兩個方面

《布料工廠環境基準》的第六個基準，是「員工健康與安全」。為強化該基準，從2015年3月開始，本來只針對一級供應商製衣工廠實施的勞動環境監測，推廣到二級供應商布料工廠。將以往環境監測的內容整合到勞動環境監測中，並按照這種方式實施監測。

另外，迅銷還積極致力於降低成衣行業所帶來的環境和社會影響，加入了永續成衣聯盟（SAC）。今後將就SAC架構及行業通用指標事宜等積極進行討論。

### 環境監測結果

2015年度共實施了118件環境監測。

檢查顯示化學品和廢棄物管理項目合格率低。常見的違規行為包括：容器貼標記載資訊不足、容器設置不恰當、現場未明確標示管理負責人姓名等，這些可以透過正確的知識傳遞和教育徹底改變。CSR部及生產部前往工廠展開培訓，加強與工廠間的合作，與工廠所有員工分享資訊，幫助他們理解遵守規定的重要性，並於工作中落實規範。

### 違規問題的改善事例

#### ● 化學物質保管和操作存在疏漏（中國）

2015年1月實施的審核中，發現存在未設置防止化學藥品洩漏的容器、通風不足，以及員工未佩戴安全護具等問題。CSR部親自前往工廠進行指導及培訓，同時2015年5月工廠方面也主動邀請外部專家前來，舉辦針對管理職務及安全管理職務人員的培訓。此後迅銷確認違規問題已得到改善。

#### ● 廢棄物管理和保管存在疏漏（印尼）

2014年5月的後續審核中，發現廢棄物保管場所未設置於屋頂。CSR部與迅銷「匠」技術顧問組中的染色和布料生產專家前往工廠，與工廠方面不斷就改善案例進行對話，2014年10月迅銷在現場確認問題已得到改善。

#### ● 化學物質管理和保管存在疏漏（泰國）

2014年3月的審核中，發現存在未設置防止化學藥品洩漏的容器的問題。迅銷與工廠方面不斷溝通探討改善方案，2014年10月，CSR部偕同外部專家前往工廠，在現場確認問題已得到改善。



### ▶ 環境審核實施總數



### ▶ 「布料工廠環境標準」重點課題

2015 年度	
1	廢棄物管理和處理
2	化學物質管理
3	排放物（排水等）處理與測量
4	環境管理體制
5	石棉 / PCB

※ 按需要改善專案工廠數量多少順序排序

迅銷 CSR 網站 (英文)  
[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

- 環境保護活動
- 基本方針
  - 環境問題行動
  - 降低環境負荷行動
  - 環境監測
  - 杜絕危險化學物質排放行動
- 與地區社會攜手
- 全商品回收再利用活動介紹

# 人才

基本方針

迅銷集團經營理念的基礎在於尊重多樣化人才，致力杜絕人種、國籍、性別等各種歧視。

迅銷集團希望成為匯聚全球心懷大志的多樣化人才，並能將他們的專業優勢發揮到最大，打造唯有最優秀團隊才能創造出的獨一無二價值，讓每一名員工以工作為傲。

因此我們積極藉由各種激勵措施來平衡員工的工作和生活，創造良好工作環境。

實現和企業的成長能齊頭並進，讓社會及他人肯定我們存在的意義。

Challenge

# 3



### Challenge 3 人才

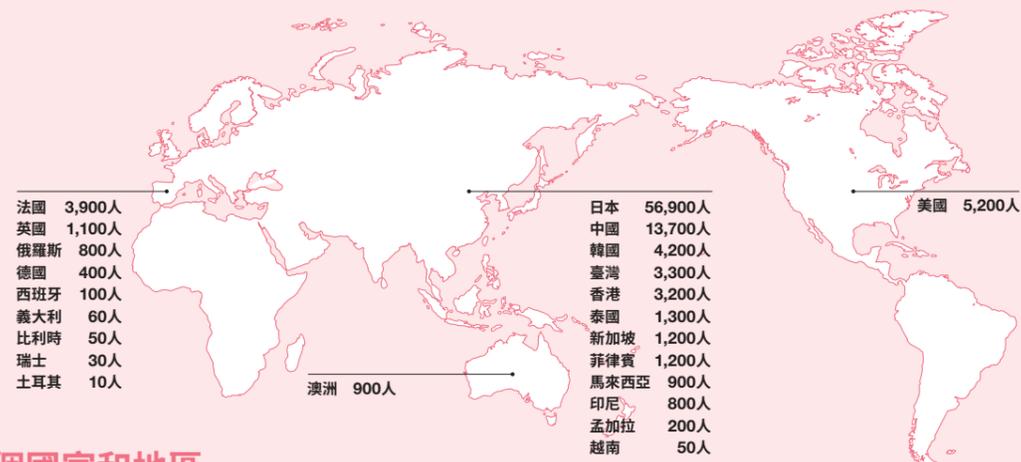
#### 宣言

- 保護員工的基本人權，尊重多樣化人才。透過團隊合作創造價值
- 公平公正透明地進行評價，努力實現個人與公司共同成長

#### 重要舉措

- 保護員工基本人權、尊重多樣化人才
- 幫助女性員工發揮才能，積極僱用身心障礙者
- 推動尊重多樣化工作方式的人事制度
- 實施機會均等且有效的教育計劃
- 貫徹實施公平的勞動條件和評分、薪酬制度
- 建設放心安全的職場環境

#### ► 迅銷集團各國和地區的員工人數



遍佈23個國家和地區

99,500人 (男性 29,000人 女性 70,500人)

#### 保護基本人權，尊重多樣化人才

迅銷 (FR) 為實踐在經營中最高企業倫理，制定《迅銷集團企業行為準則 (CoC)》，規定每一名員工應遵守的基本共同方針。該準則明文列出包括人權、遵紀守法等原則，同時也包括身為一個能夠自律的員工應該要遵守的地球環境、公司財產以及善加管理資訊等行為準則。迅銷透過向員工進行說明和舉辦培訓，確保員工在日常行為中注重企業倫理道德。

此外，尊重多樣化個性是迅銷集團擁有競爭力的源泉。透過推動女性能活躍於職場的措施及僱用身心障礙者、推動地方正式員工 Regional (R) 員工制度、改革人事制度等，幫助員工充實工作和生活，打造員工與公司共同持續發展的企業。



## 推動多樣化

# 推動女性活躍於職場的措施，積極僱用身心障礙者

## 推動女性活躍於職場的措施

迅銷 (FR) 集團的商品有半數以上都是針對女性顧客，而顧客和員工的半數以上也都是女性，對於迅銷而言，女性員工的活躍是事業發展的重要關鍵。另外從社會觀點來看，歐洲及日本等國也益發重視女性員工的活躍課題，並朝法制化進行。

迅銷集團旗下日本優衣庫 (UNIQLO) 事業和極優 (GU) 事業中女性員工的數量很多，因此迅銷認識到需儘早建立幫助女性發揮才能的職場環境。2015年3月成立了「女性活躍推動室」，積極展開各種活動。

例如持續展開「女性會談」會議。邀請日本優衣庫事業中超過300名的女性店長和經營層以及外部專家展開對話。從2015年度開始啟動了多項行動，如「育兒女性店長會」，以及幫助女性發揮才能的關鍵「升職培訓」等，每年舉辦2次，建立更方便女性工作的職場環境，根據女性員工所面臨的環境定期召開會議。

另外從2015年7月開始，女性員工提出因產假和育兒假等休假期間會與社會和公司脫節，接受不到相關資訊，對於回歸職場感到擔心。為此，我們設立了專

門網站，幫助因故長期休假的女性，透過此平台即可掌握迅銷集團最新訊息及女性工作者育成資訊；同時還設立諮詢窗口，輔導女性同仁各項職場問題。

透過此類活動，迅銷集團提出至2020年女性管理人員（經理級別以上）比例超過30%的目標。現在包括行政執行官在內的女性管理人員比例約為23%（截至2015年9月1日），有鑑於職務級別越高女性比例越低的趨勢，迅銷認識到這一點是需要解決的課題，正展開各種行動加以改善。

另外在銷售部門，確立了明確目標，即女性區域經理比率增加到50%，女性明星SS店長比率增加到30%以上，並針對管理人員候補者展開培訓等，扎實地推動相應行動，努力實現目標。

## 積極僱用身心障礙者

突破殘障壁壘，作為團隊一員，相互學習，共同成長，這是迅銷 (FR) 集團對於身心障礙者僱用的基本且普遍認知。於2001年開始在日本國內優衣庫店鋪推動僱用身心障礙者。2011年，迅銷集團在日本國內

榮獲企業集團計算特例<sup>※1</sup>。

2012年，日本國內達成了最初的「每間店鋪至少僱用一名身心障礙者」的目標。2015年度，按照集團計算，迅銷集團身心障礙者僱用率為5.87%（截至2015年6月1日），大幅超過日本法定僱用率2%。

迅銷同時穩定在全球推動僱用身心障礙者行動，目前在13個國家和地區，共有1,534名身心障礙者在迅銷集團工作。

今後為了讓全體員工理解與身心障礙者共同工作的意義，除了一直以來所實施的店長培訓外，還在入職培訓中編入迅銷集團僱用身心障礙者的內容。另外2015年4月，迅銷僱用具有國家認定資格的「工作指導員」，以指導員為中心設計培訓課程，應對現場所存在的課題。迅銷積極致力於職場環境建設工作，不論有無殘疾，確保每一名員工都能充滿活力地愉快工作。

※1 企業集團計算特例：「身心障礙者僱用制度」規定各企業均有義務確保身心障礙者的就業機會（日本法定僱用率為2.0%）。自2009年4月起，達到一定條件並獲得厚生勞動大臣認定的企業集團，即使其旗下的各企業未獲得特例子公司認定，也可以企業集團整體為單位，對實際僱用率進行總計。

## 創造靈活機動工作方式「提出地方正式員工制度」

在日本正面臨非都市化地區，年輕人高失業率問題。為此，自2014年起，日本優衣庫事業希望能為解決地方僱用問題做出貢獻，讓地區優秀人才長久工作，進而實現穩定店鋪運營的目標，開始實施地方正式社員制度，在限定工作地區僱用正式員工。目標數值為16,000人，截至2015年8月，僱用人數已超過10,000人。

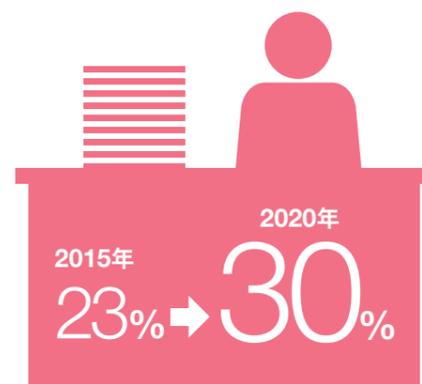
該制度為那些無法調往他地工作、工作時間有限等各種煩惱的員工提供了施展才能的平臺。不僅有短時間工作及周休3日等多樣化工作制度可選，還能晉升限定地區的店長及區域經理，或是轉成全國工作的綜合職位，多種職業規劃選擇。除了日本以外，相信這類需求在世界各地也以不同方式存在。今後迅銷也將在必要的地區建構起最佳體制並推廣開來，提高工作方式的靈活性，為多樣化人才提供施展才能的機會和平臺。

## ▶ 迅銷集團各職務的女性員工人數

	女性	總數	女性比例	2020年目標比例
行政執行官	3人	45人	7%	30%
部長	23人	123人	19%	
經理	97人	356人	27%	
區域經理	135人	393人	34%	50%
SS明星店長	3人	54人	6%	30%

※截至2015年9月1日的數據

## ▶ 女性管理職務的目標比例



※截至2015年9月1日的數據

## ▶ 迅銷集團身心障礙者僱用人數

(人)			
日本	1,249	法國	17
韓國	95	俄羅斯	10
臺灣	38	英國	6
美國	36	香港	6
新加坡	33	印尼	2
泰國	22	德國	2
馬來西亞	18		
合計			1,534

## ▶ 日本優衣庫 (UNIQLO) 事業的地方正式社員人數



## 擴大多樣化人才發揮才能和成長的可能性

### 著手人事制度改革

迅銷 (FR) 集團提出了「Global One・全員經營」的理念，作為每一名員工應該努力的方向，並以可培養出具體實現該理念的人才作為目標。隨著事業的不斷全球化，商務環境呈現多樣化，需要員工發揮自身能力並取得成果。同樣也需要擴大每一名員工實現多樣化職業規劃的選擇。因此迅銷著手對人事制度和人才培養制度進行改革。

### 培養人才的評鑑制度和人事調動

2016年9月前，將引進主管、同事和下屬360度全方位評估的能力評鑑制度。不僅考核肉眼看的見的成果，還能實現個人各種能力的可視化，對員工進行公正的考核，擴大發展可能性。

同時依據能力評分結果，利用每一名員工的能力和專業性，在全球範圍實施跨事業領域的職務提拔；或跨部門的人事調動。目標是透過人事調動，幫助員工累積豐富多樣的實務經驗，掌握各種能力。

### 在整個集團和全球實施透明公正的評鑑

為了在整個集團和全球市場實現透明公正的人事評鑑和薪酬制度，迅銷集團採用全球職務等級制度，即標準化各公司都需要的人才條件與能力。迅銷集團並建立季度評鑑體制，確保所有員工都按照相同的標準進行評鑑，根據所設定的目標進行人事考核，決定升職降職等。

並從2015年引進集團和全球通用的考核分佈指南。旨在避免因國家、地區、評鑑人、業績而導致的評鑑偏頗，實現公正且有助於人才培養的考核，該制度也融入了新引進360度考核評鑑制度。

### 培訓計劃改革

想要培養能夠在複雜多變的商務環境中脫穎而出全球領袖，完善人事制度與教育制度缺一不可。為了擴展員工職業規劃的可能性，在整體培訓教育基礎上，針對每一個人的不同個性及目標實施個別教育顯得非常重要。這些教育內容，必須能夠在迅銷非常重視的

第一線發揮實效作用。

因此由迅銷集團內部教育機構「迅銷管理及創新中心 (FR Management and Innovation Center, FR-MIC) 與人事部主導，從長期觀點出發，制定人才培養「10年教育課程」。該課程為中期性系統課程，針對迅銷集團的員工，以進公司10年為目標，培養在任何環境下都能脫穎而出的人才。

此外，還有行之多年由旗下各事業店長及總部員工參加的「迅銷員工大會」(每年召開2次，共約10,000人參加)，以及針對日本優衣庫 (UNIQLO) 店舖工作人員的「店員大會」(2014年4月開始實施，迄今已召開107次會議，約9,500人參加)等，這些都是公司為了邁向世界第一服飾企業集團，使全體員工都能朝相同目標前進的重要平台。另外，迅銷還非常重視經營層與員工間的直接對話，董事長兼CEO的柳井正主動在每週抽出時間，與日本優衣庫的店長進行對話，每週30人，每次2小時，這項「店長直接對話」活

動已經展開了20次以上，現在仍在繼續。今後也將落實到10年教育課程中。

### 在全球加強人才管理體系

迅銷集團以2016年為目標，建立有效順暢的人事管理體系，推動全球員工能力、評鑑、職業規劃的數據化，在整個集團和全球培養人才，實施有助於推動事業發展的人事調動。

另外還定期召開全球人事主管共同參加的「全球HR會議」。分享集團內全球各地僱用人數、離職人數、升職人數、男女比例等人事基本資訊，針對各國所面臨的相關課題和解決方案進行討論，如：人才空缺問題。全球人事主管透過此一跨國家、地域和事業的討論大會，共同分享，共同找出原因、討論對策方式，並將其作為評鑑、薪酬及教育制度的基礎。



### ▶ 10年教育課程的流程

	基礎教育 進公司1年	初級教育 進公司1~2年	中級教育 進公司2~6年	高級教育 進公司6~10年
迅銷的價值觀	新員工教育 新店長教育		迅銷員工大會 店長直接對話 經營者養成筆記	
迅銷的理念	迅銷的理念教育 (基礎~高級)			
問題解決能力	掌握問題和原因分析	問題解決的類型	設定課題和增強判斷力	事業課題解決演練
資訊運用	資訊收集	資訊分析	資訊運用	
創意思考能力	創意發想	基本創意思考方式	創意與商業連結	
商務溝通交流	基本動作	接收、說、聽、讀	說明、說服	形成共識
跨文化溝通交流	跨文化溝通交流			
銷售計劃	銷售計劃 (基礎~高級)			
培養下屬	培養下屬 (基礎~高級)			

## 打造員工「身心」健康幸福的職場環境

### 貫徹實施勞動安全衛生專案

迅銷 (FR) 集團非常重視防止工傷事故，明確責任體制，促進展開自主活動，遵守各國法律法規，最大限度關注所有勞動安全衛生問題。

日本的勞動安全衛生法規定每一家經常性擁有 50 名以上在籍員工的企業，國家資格衛生管理者都有義務配置企業醫生。

日本優衣庫 (UNIQLO) 事業方面，以能在同一個店舖長期工作的地方正式員工為中心，推動取得衛生

管理者資格的培訓，現在 95% 的店舖達到相應配置。在 2016 年 9 月前達到 100% 的配置率。此外，公司還針對衛生管理者實施實務培訓。目前，公司在日本全國與 50 多名企業醫生簽約，涵蓋了需要委派企業醫生的所有店舖。

這些行動由東京總部的中央安全衛生委員會負責整體的統籌工作。由迅銷的統括企業醫生為中心，每月召開委員會，各事業的勞動安全衛生負責人出席該會議，相互分享資訊，探討對策方案。



### 將員工放在首位的職場環境

迅銷集團致力於幫助全體員工提高工作效率和工作品質，全球統一實施不以加班為前提的工作方法，這種觀念有助於實現公正評鑑，以及公司與個人的發展。因此迅銷按天數對員工的工作時間進行管理，針對加班多的部門和個人，由經營層主動進行溝通，還會實施個別指導。另外提供予員工的智慧型手機均安裝考勤應用程式。這不僅有助於防止漏打卡，當工作時間超過每天規定的勞動時間後，還會顯示警告敦促下班，有助於進行時間管理。

為了確保員工之間能夠輕鬆舒適且高效的工作，採取了分組自由座位辦公方式促進員工間的溝通交流，還積極引進視訊會議系統以便實現業務的效率化，利用 IT 優勢來保護環境和提高業務效率等，努力改善職場環境。

### 確保員工的身心健康

2014 年，東京總部開設了「迅銷健康中心」，為員工提供輕鬆諮詢的平臺，員工不必獨自煩惱，能夠在此聽到客觀的意見，諮詢解決煩惱和課題。此外還推動員工參加健康體檢，體檢後由產業醫師以及公共衛生護士予以指導，持續宣傳健康相關資訊，提供日常健康諮詢服務。

心理健康方面，由公司內部以及外部諮詢師開設諮詢窗口。心理健康培訓的範圍從總部管理職務擴大到了店長及店長的代理人，並根據各職務的要求相應地編制培訓內容。另外還針對所有員工實施壓力檢查，並將結果發給個人。需要改善的店舖及部門，其部門領導有義務分析原因並提供對策方案。

### 為幫助育兒及看護需要提供支持的制度

迅銷希望員工能享有充實的工作和生活，並能長期活躍於職場。例如面對育兒期或中老年的員工，為了讓他們都能夠選擇和實現多種生活方式，公司努力完善育兒及看護假以及短時間工作制度，竭盡全力為所有員工打造都能輕鬆享受制度優勢的職場環境。

#### ▶ 育兒兒假和看護假的人數 (日本國內集團公司)

	育兒兒假的人數	享受育兒短時間工作制度的人數	休看護假的人數	享受看護短時間工作制度的人數
正式員工	414	316	19	14
非正式員工	593	19	9	8
男性	4	2	2	2
女性	1,003	333	26	20
合計	1,007	335	28	22

### 防止職災事故再次發生的措施

為避免員工在上下班途中和工作期間發生事故，迅銷不但致力建設放心安全的職場環境，也不斷提醒員工注意。2015 年度的職災數量如下所示，主要是店舖裡發生的作業事故，如使用梯凳時摔倒，以及使用縫紉機導致的受傷。發生事故時，我們會向總部提交報告，做出適當應對措施，定期分享事故內容和改善事例，呼籲員工注意安全，努力防止類似事故的再次發生。

#### ▶ 職災事故發生件數 (日本國內集團公司)

2013 年度	651 件
2014 年度	679 件
2015 年度	795 件

迅銷 CSR 網站 (英文)  
[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

人才  
● 基本方針 ● 促進多樣性 ● 人才培養 ● 建設易於工作的安全職場

# 在地社區

## 基本方針

迅銷集團紮根於在地社區。我們認為，為在地社區貢獻心力，幫助其可持續性成長和發展是我們的責任。

迅銷集團積極發揮服裝企業的優勢，針對國際社會所面臨的難民等問題，以及各個市場所面臨的地區性社會問題等兩個領域展開活動，努力為當地社區帶來價值。



Challenge

# 4

## Challenge 4 在地社區

### 宣言

- 發揮作為服裝企業的優勢，讓人們的生活變得更加美好，人生更加豐富
- 為解決在地社區的社會課題貢獻心力
- 透過創新活動，為在地社區的可持續發展貢獻心力

### 重要舉措

- 提供服裝必需品
- 教育支援・自立支援
- 積極透過店舖發布資訊，加強與社區間的溝通交流
- 員工參與在地社區活動

### 透過服裝事業解決在地社區的社會課題

迅銷 (FR) 集團秉持以服裝事業解決地區社會課題的承諾，持續為需要者「提供服裝必需品」。到目前為止，已持續10年以上為全球難民和流離失所者、遭遇突發災難的災民以及不同在地社區中的弱勢族群提供服裝支援。

迅銷不僅要透過提供服裝來為在地社區做貢獻，我們深信為協助在地社區的可持續發展，幫助人們自力更生以及協助其產業發展是很重要的。

阻礙人們可自力更生的原因，如貧困等社會課題，源於教育及就業機會的缺乏。因此迅銷集團將「教育支援・自立支援」作為在地社區活動中的重點。這些課題，需要企業及全體居民社會共同攜手解決。迅銷集團亦突破自身事業範圍，配合在地社區的需求，積極展開各種措施。

另外，全球各地的在地社區活動，需要積極透過店舖傳遞資訊，員工參與也非常重要。作為店舖營運的一部分，現在迅銷也透過員工能夠參與的方式，共同展開各種活動，以國際企業角度面對全球性問題的同時，也積極響應全球各地營運市場之在地社區的需求。



提供必需品的服裝



積極透過店舖發布資訊，加深與社會的溝通交流



教育支援・自立支援



員工參與在地社區活動

提供服裝必需品

## 將「服裝」送到真正需要的人手中

### 「全商品回收再利用活動」

迅銷 (FR) 集團正透過優衣庫 (UNIQLO) 和極優 (GU) 店舖，回收顧客不再需要的衣物，在聯合國難民署 (UNHCR) 以及各地非政府組織協助下，送到包括難民等需要衣物的人們手中。

2001年優衣庫開始刷毛衣 (Fleece) 回收再利用活動，2006年進一步回收商品品項範圍擴大到全商品。2010年GU店舖也開始加入回收活動。迄今為止，迅銷在16個國家和地區累計回收約3,949萬件服裝，並將其中約1,632萬件衣服捐贈予59個國家和地區。

回收來的衣物經過篩選，無法再繼續穿著的衣物 (約10%) 將作為燃料進行回收再利用。對於可以繼續穿著的衣物 (約90%)，確認所需數量、種類、運送途徑，捐贈給難民等。另外迅銷的員工也持續親自前往難民營等地，捐贈衣物，確認發放狀況，同時直接與受贈者進行對話，瞭解人們的生活狀況以及對衣物的需求。

2015年度，迅銷人員與UNHCR一同前往約旦、緬甸和烏干達等難民營瞭解情況。

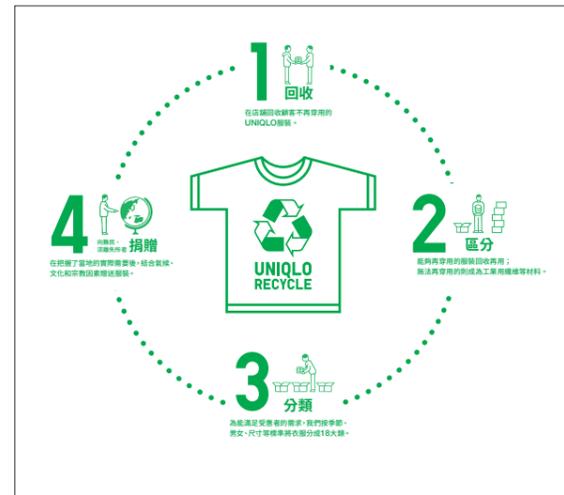
### 與UNHCR攜手

迅銷希望能更加全面地解決世界難民和流離失所者問題，2011年與UNHCR簽訂了全球合作夥伴關係協議，成為第一家與之結盟的亞洲企業。圍繞「衣物支援」、「緊急支援」、「自立支援」和「啟蒙活動」四個支柱，展開相應活動。

面對著愈發惡化的局勢，迅銷作為民間企業，希望將必要的衣物和生存的希望送到更多的難民手中，2015年11月強化了與UNHCR的合作夥伴關係。最新措施包括三點：3年內捐贈總額1,000萬美金 (用於緊急支援與難民自立支援專案)，擴大優衣庫店舖僱用難民人數到100人，以及向歐洲和阿富汗等地難民捐贈約15萬件包括發熱衣 (HEATTECH) 等衣物。並且擴大「全商品回收再利用活動」，優衣庫和極優所有店舖開始推行「一千萬個幫助 (10 Million Ways to HELP)」專案，強化服裝的回收工作。

今後迅銷還考慮增設貯備倉庫，以便能更迅速回應衣物資源需求、設立店舖型式的服裝發放中心等，根據難民局勢及需求變化，透過服裝事業實施綜合性支持。

### 「全商品回收再利用活動」的流程 (店舖海報)



### 「全商品回收再利用活動」捐贈服裝的件數



### 「全商品回收再利用活動」回收的服裝件數

在16個國家和地區的回收服裝件數

約 39,490,000

已在店舖實施服裝回收再利用的銷售國與地區

- |      |                   |
|------|-------------------|
| ① 日本 | ⑨ 新加坡             |
| ② 韓國 | ⑩ 泰國              |
| ③ 英國 | ⑪ 馬來西亞            |
| ④ 美國 | ⑫ 菲律賓             |
| ⑤ 法國 | ⑬ 澳洲              |
| ⑥ 中國 | ⑭ 俄羅斯             |
| ⑦ 香港 | ⑮ 德國              |
| ⑧ 台灣 | ⑯ 比利時 (2015年11月~) |

## 為學習和自立提供支援

### 員工前往教育機構授課

迅銷 (FR) 集團為了讓兒童們關心難民問題，與教育機構合作實施相關專案。2009年開始由員工擔任講師前往日本的學校授課，2013年以「服裝的力量」為主題，推動「傳遞，服裝的力量」計畫。課堂中讓兒童們了解難民的避難生活以及服裝的作用，然後由兒童們主導，實際著手體驗如何回收衣服。最後，迅銷員工會將前往難民營捐贈服裝的情景匯總成照片報告，寄到學校與兒童們分享。2015年度，迅銷共在日本國內的238所學校實施了出差授課，參加人數約26,000人。韓國和法國也開始推行該活動。

### 優衣庫事業實施「難民實習生」

日本優衣庫 (UNIQLO) 事業從2011年起開始實施「難民實習生」專案，針對經日本認定為難民且獲准定居在日本的難民及其家屬，提供就業體驗的平臺，幫助難民自立。提供的店舖實習機會最長達六個月。對於希望成為正式員工者，也為其開啟成為店舖正式工

作人員之路。

目前 (2015年11月)，包括難民實習生及正式員工等等在內，共有13名難民及其家屬在日本優衣工作。

### 在全球各地的優衣庫舉辦「購物體驗」專案

2013年，優衣庫新加坡事業為智能障礙兒童策劃並啟動了「購物體驗」專案。這項措施是為兒童們提供一個社會體驗的平臺，利用公司的「服裝」、「店舖」和「員工」資源，接待這些兒童，讓他們「挑選服裝」和「購物」。這些智能障礙兒童存有先天數學計算或記憶力障礙等問題，少有購物機會，而優衣庫為他們提供實際購物的平臺。這項措施透過選擇服裝和考慮預算來培養兒童們的判斷能力，從而幫助他們提高生活技能。

現在除了新加坡外，活動範圍還擴大到美國、韓國、馬來西亞、德國、澳洲、中國、日本、泰國、台灣、英國、法國等世界各地的優衣庫。同時，還進一步策畫提供「店舖職能體驗」等，或將實施對象從身心障礙人士擴大到貧窮的兒童、無家可歸者等，針對各地的狀況相應進行調整。



## 透過社會企業解決社會課題



### 透過獨特的SPA模式，擴大商務規模

孟加拉也是迅銷的重要生產據點，為了能夠杜絕貧窮、產業發展、擴大僱用機會、幫助人們自立，迅銷與社會企業的倡導者格萊珉銀行集團攜手合資成立Grameen UNIQLO Ltd. (格萊珉優衣庫)。迅銷集團的使命之一是要「透過展開獨特的企業活動，為人們充裕的生活做出貢獻」，作為達成該使命的重點挑戰，2010年開始，迅銷以獨有的SPA模式進行社會企業經營。該社會企業的所有企劃，生產和銷售都在孟加拉國內進行，所得利益再次投入「社會企業」中。迅銷認為，提供生產製造知識經驗、進行店舖營運及人才培養等資源來擴大這一事業，能夠在不斷發展的孟加拉零售業中創造新市場，從而有助於解決社會課題。

### 生產體制及強化商品戰略、開設店舖

這一挑戰仍在繼續，2015年9月納茲姆爾浩克 (Najimul Huq) 就任營運長 (COO)，強化了各項措施。

首先與擁有相同社會企業理念的製衣工廠構建起穩固的合作夥伴關係，努力擴大在能夠確保合理勞動環境工廠中的優質工作機會，希望幫助當地所有製衣工廠建立良好模式。

其次是提高商品品質的措施。為了做到以合理的價格提供當地居民期望品質的商品，正與優衣庫商品本部加強合作。

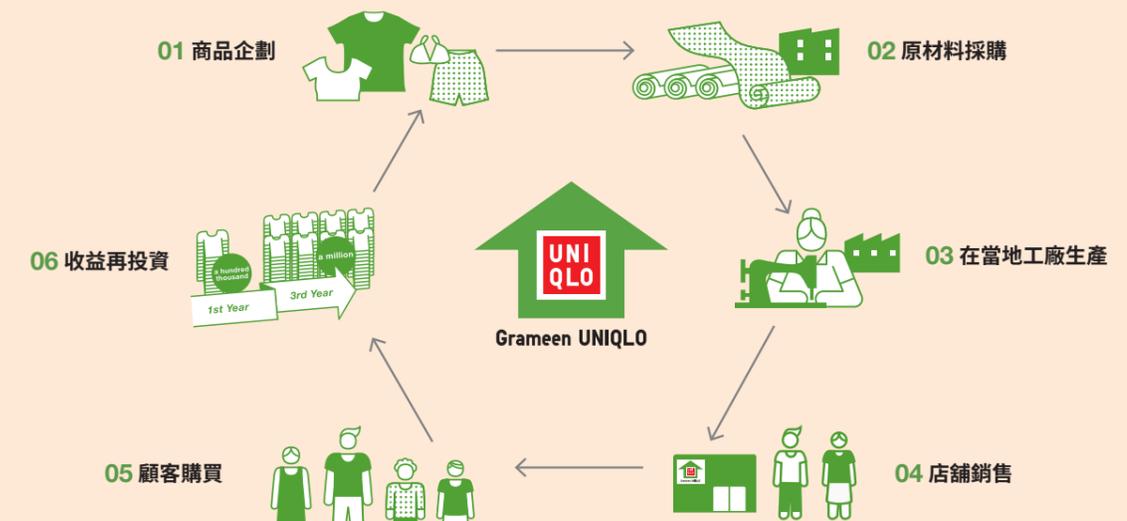
同時，改變店舖開發戰略，在顧客需求高的地區加速開設店舖。2015年以來，積極進行「以舊改新」，在2015年12月底時，已開設八家店舖。目標是所有店舖都能提供整潔的賣場和優質待客服務，打造最佳購物環境體驗。

格萊珉優衣庫正透過這些措施，為豐富孟加拉人民的生活不斷做出貢獻。



格萊珉優衣庫  
COO  
納茲姆爾浩克

### 社會企業的組織架構



積極透過店舖發布資訊，加強與社會溝通交流

## 與在地社區及顧客分享課題，攜手解決

### 一千萬個幫助，散播溫暖傳遞愛

迅銷 (FR) 集團為向不斷激增的難民和流離失所者提供更多的衣物支援，2015年10月開始在16個國家和地區的所有優衣庫 (UNIQLO) 及極優 (GU) 店舖回收顧客所閒置不穿的衣物，推動「一千萬個幫助 (10 Million Ways to HELP)」專案，目標回收

1,000 萬件服裝。

所有優衣庫及極優店舖向顧客傳遞難民現狀以及迅銷集團援助難民的相關舉措，積極在店內以海報及宣傳單等方式向顧客說明。此外還與認同該專案的合作廠商企業及大學等合作展開活動，不斷擴大在全球各地的支援範圍。



職業高爾夫選手亞當·史考特 (Adam Scott)

職業輪椅網球選手國枝慎吾

員工參與在地社區活動

## 滿足地區需求，推動員工主導型活動

迅銷集團在全球營運的各地國家及市場，透過熟稔在地社區現況的當地員工主導，計畫施行推廣在地社區活動。

在「全商品回收再利用活動」中，員工在國內外參與店舖回收服裝捐贈活動。與教育機構合作推動「傳遞，服裝的力量」專案，以區域經理和店長為中心，迅

銷的員工前往當地學校擔任講師，幫助兒童瞭解難民問題的 (參考第48頁)。

此外，優衣庫 (UNIQLO) 店舖所實施的「購物體驗」專案 (參考第48頁) 以及幫助家庭暴力受害女性的「Closet for Needs」專案等，為員工根據當地課題，「服裝」這一核心業務，積極在地區社會展開各項活動。



- 1 法國 Comptoir des Cottonniers 事業  
為面臨困難的女性舉辦服裝搭配講座
- 2 台灣 台灣優衣庫事業  
贊助台灣「特殊奧林匹克運動會」
- 3 韓國 韓國優衣庫事業  
針對孤兒的「購物體驗」專案
- 4 日本 日本優衣庫事業  
支持「瀨戶內橄欖基金」
- 5 日本 Theory (思睿)  
幫助家庭暴力受害女性「Closet for Needs」  
專案
- 6 美國 美國優衣庫事業  
針對家境貧困孩童展開「T 恤製作活動」
- 7 中國 中國優衣庫事業  
向雲南省少數民族捐贈服裝

迅銷 CSR 網站 (英文)  
[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

- |         |               |                      |             |                       |        |           |
|---------|---------------|----------------------|-------------|-----------------------|--------|-----------|
| 與地區社會攜手 | ● 基本方針        | ● 全商品回收再利用活動         | ● 難民支援      | ● 緊急災害支援              | ● 社會企業 | ● 瀨戶內橄欖基金 |
|         | ● 特殊奧林匹克運動會   | ● Clothes for Smiles | ● 購物體驗專案    | ● 311 大地震受災地區災後重建支援活動 |        |           |
|         | ● JFA 優衣庫兒童足球 | ● 下一代支援              | ● 員工的地區貢獻活動 | ● 集團公司措施              |        |           |

## 提昇顧客滿意度舉措

### 客服中心將來自全球的心聲反映到企業活動中

顧客接觸我們商品和各項措施的機會，不僅限於來店購買，還包括數位、廣告和在地社區活動等，接觸方式愈發呈現多樣化。

隨著時代的不斷變化，顧客的需求也在變化，為更加迅速地滿足顧客需求，優衣庫 (UNIQLO) 事業和極優 (GU) 事業在全球各地市場皆設置了客服中心。例如在日本、韓國和中國，客服中心能夠在 1 到 2 天時間內將顧客意見轉達至各店鋪或相關部門，主管和客服中心也會對改善結果進行確認等，積極將顧客心聲反映到企業活動中。對於顧客的不滿尤為重視，做到盡快在全球掌握相關情況，並與相關部門分享。為了防止同樣情況復發，積極探究問題的根本原因並加以改善。

另外，我們的目標是站在顧客角度開發商品，因此也針對網購顧客展開問卷調查，瞭解他們使用商品的感受等，並反映到今後的商品開發之中。

2015 年 9 月開始，我們持續展開網路問卷調查，向來店鋪購物的顧客瞭解店鋪服務情況。調查顧客購買的店鋪、購買時間和對各種服務的滿意程度。

### 服務經理制度

日本優衣庫店鋪為進一步提高顧客滿意度，引進了服務經理制度。服務經理與店長級別相同，屬專業職位，作為擁有專業知識的服務專家，幫助各家店鋪實現高水準的服務品質。

2014 年起，向店鋪員工公開招聘，2015 年已配置 14 名服務經理，目標是到 2016 年配置人數達到 50 人。

### 打造舒適購物店鋪

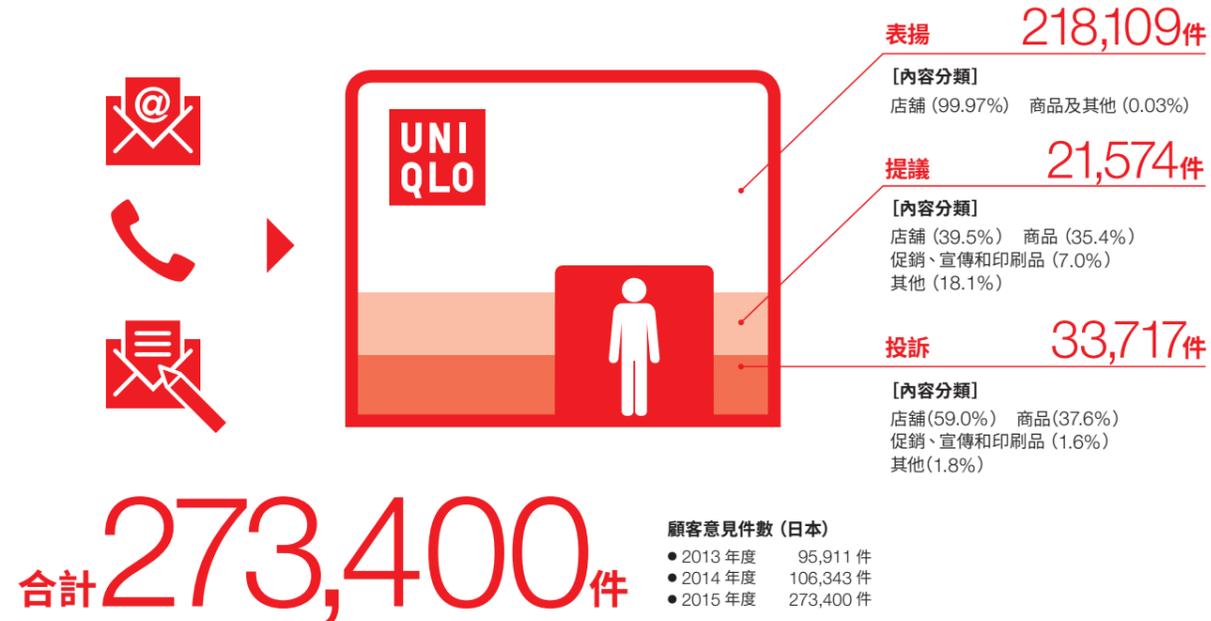
優衣庫事業的店鋪以白色為基色，設計簡潔，和商品陳列都非常注重能夠展現不同商品的優秀特質。設計主題簡單明瞭，讓顧客能夠迅速找到需要的商品。

另外店鋪還張貼可攜帶導盲入內的標識，促進需要導盲犬陪伴的顧客與周圍其他顧客間的相互理解，完善廁所設施，確保購物方便性和走道寬度，提供寬敞的停車場，設計時避免高低落差等，根據各家店鋪的情況，努力打造舒適貼心的店鋪環境。



### ▶ 顧客服務中心所接獲的顧客意見 (日本)

※透過電話、電子郵件、信件、店面發放的意見卡自由回答的統計結果



迅銷 CSR 網站 (英文)  
[www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)

與顧客攜手

- 基本方針
- 提高顧客滿意度
- 關於品質和安全管理
- 關於商品自主回收

# 公司治理／法令遵循

## 公司治理的概念

迅銷集團與時代及社會並進，持續發展成為全球第一大服飾製造零售集團，致力強化董事會的獨立性和監督機能、實現迅速而透明的經營方式，同時不斷提高公司治理 (Corporate Governance) 的水準。

作為強化公司治理體制的一環，迅銷集團委任執行董事制度，董事會在一定範圍內下放業務執行權限，將經營決策機能和業務執行職能分離，從而實踐迅速經營管理的目標。此外，聘用外部董事比例達全體董事半數以上，在提高董事會獨立性的同時，強化監督機能。

本公司除了設有監察會以外，為完善董事會機能還設立了各種委員會，包括人力資源委員會、CSR委員會、信息披露委員會、資訊技術投資委員會、行為準則委員會以及商業道德委員會等。委員會各司其職，進行迅速公開的討論，並進行相關決策。

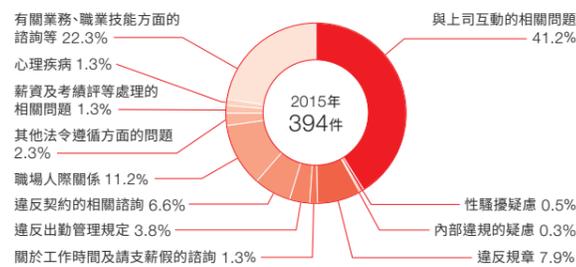
### ● 2015年度召開各委員會次數

- CSR委員會 2次
- 行為準則委員會 11次
- 商業道德委員會 14次

## 法令遵循的概念

為履行CSR，迅銷集團重視法令遵循 (Compliance) 並建立相關體制以落實到每位員工身上。

### ▶ 熱線諮詢件數及其內容 (日本集團所屬公司)



## 提升全體員工對行為準則的認識與理解

迅銷集團從企業倫理和法令遵循的角度出發，制定了「迅銷集團行為準則 (CoC)」，其中規範在企業共同方針架構下，所有員工應該遵守的基本事項，並落實導入到整個集團的全球事業體中 (參考第34頁)。

公司向員工詳細說明，讓員工正確理解並確認準則內容後簽署保證遵守的書面協議。同時還採取措施使全體員工能真正理解這些準則。公司定期推動違法案例培訓等相關活動，幫助員工持續理解相關規定，防止復發。

## 熱線通報和行為準則委員會

迅銷設置了可透過電話、電子郵件等方式進行工作諮詢的綜合性窗口 (熱線通報機制)，供員工諮詢有關工作上的問題及舉報違反行為準則的行為。東京總部與各國攜手，完善對應體制。

對於透過熱線諮詢的案例，熱線負責人會在保護諮詢人隱私的前提下對實際情況進行調查。如發現涉嫌違反行為準則，則經由行為準則委員會進行審議，以客觀意見立場，探討具體解決方案。除了東京總部外，2015年9月起，韓國、台灣和中國也將依次設置了行為準則委員會。

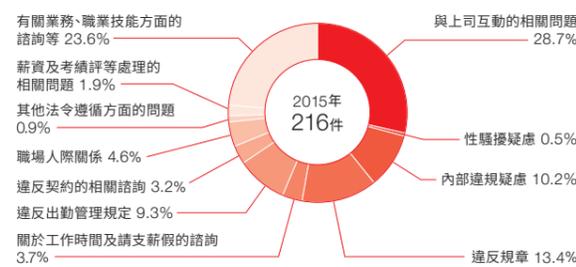
### ● 熱線諮詢件數 (日本集團所屬公司)

- 2013年度 392件
- 2014年度 346件
- 2015年度 394件

### ● 熱線諮詢件數 (海外集團所屬公司)

- 2013年度 152件
- 2014年度 194件
- 2015年度 216件

### ▶ 熱線諮詢件數及其內容 (海外集團所屬公司)



# 迅銷集團簡介 (截至2015年8月底)

迅銷集團是一家以休閒服裝品牌「優衣庫 (UNIQLO)」為核心，在日本以及全球市場展開業務的服飾製造零售集團。集團旗下事業包括日本優衣庫事業、海外優衣庫事業，以及拓展其他服裝品牌的全球品牌事業。

## 公司簡介

公司名稱	迅銷有限公司 FAST RETAILING CO., LTD.
成立日期	1963年5月1日
總公司所在地	郵遞區號754-0894 日本山口縣山口市佐山717-1
東京總部所在地	郵遞區號107-6231 日本東京都 港區赤阪9-7-1 Midtown Tower
資本額	102億7,395萬日圓
業務內容	基於所持股份及股權支配及經營集團全體事業活動
員工人數	約99,500名 ※正式員工、準員工、契約員工和計時員工的人數合計 參考第34頁
綜合總收益	1兆6,817億日圓
綜合經營溢利	1,644億日圓
會計結算期	每年8月31日



**免責聲明**  
本報告不僅陳述迅銷有限公司及其集團下屬公司過去與現在的實際狀況，還包括基於截至報告發行時點公司的計劃與調整，此乃基於經營方針及經營戰略所作出的未來預測。這些預測是基於撰稿時所獲資訊而做出的假設與判斷，可能因各相關條件發生變化，影響未來的事業活動結果或進展狀況而造成有所出入。懇請讀者惠予理解與包涵。

## 事業內容

### 日本優衣庫 (UNIQLO) 事業

日本優衣庫事業擁有841家店舖，銷售收益超過7,801億日圓，是日本國內最大的服飾零售商。2014年10月，繼大阪心齋橋和東京銀座全球旗艦店之後，在大阪開設了日本第三家全球旗艦店。

- 收益：7,801億日圓
- 經營溢利：1,172億日圓
- 店舖數：841家 ※含員工加盟店在內



### 海外優衣庫 (UNIQLO) 事業

海外優衣庫事業擴及中國大陸、香港、台灣、韓國、新加坡、馬來西亞、泰國、菲律賓、印尼、澳洲、英國、美國、法國、德國、俄羅斯和比利時。

- 收益：6,036億日圓
- 經營溢利：433億日圓
- 店舖數：798家



### 全球品牌事業

全球品牌事業包括承繼優衣庫 (UNIQLO) 事業知識經驗的低價休閒服極優 (GU) 事業；源於美國紐約、擁有Theory等時尚品牌的男女裝Theory事業；源於法國的女裝品牌Comptoir des Cotonniers事業；誕生於法國的內衣品牌Princesse tam.tam事業，以及源於美國洛杉磯的牛仔品牌J Brand事業。

- 收益：2,953億日圓
- 經營溢利：144億日圓
- 店舖數：1,339家 ※含加盟店在內



印刷CSR報告所需的電量 (700kWh) 均使用綠色電力。



