



FAST RETAILING

CSR REPORT 2006

Corporate Social Responsibility

服を変え、常識を変え、世界を変えていく

世界を良い方向に変えていく

私たちファーストリテイリングは、「衣服のありかた」を変えることで世界中の人々の生活を豊かにしていきます。世の中にとって継続的な価値をつくる企業であるために、正しい経営を追求し、社会とともに成長し、次の世界基準を創造する。「世界を良い方向に変えていく」、それが私たちのめざすCSRです。

CONTENTS

CSRビジョン	02
トップメッセージ	04
会社概要	06
CSRマネジメント	08
コーポレート・ガバナンス	10
コンプライアンス	11
お客様とともに	12
お取引先とともに	16
従業員とともに	20
環境活動	24
社会貢献活動	26

発行

株式会社ファーストリテイリング
〒102-0073 東京都千代田区九段北1-13-12北の丸スクエア

本報告書に関するお問い合わせ先

(株)ユニクロ カスタマーセンター※

お問い合わせ窓口

電話：0120-090-296 (9:00～18:00、年中無休)

<http://www.fastretailing.com>

※(株)ユニクロ カスタマーセンター

(株)ファーストリテイリングは、お客様からのお問い合わせ対応窓口を(株)ユニクロに委託しています。

免責事項

本報告書には、株式会社ファーストリテイリングとそのグループ会社の過去と現在の事実だけでなく、発行日時点における計画や見通し、経営方針・経営戦略に基づいた将来予測が含まれています。この将来予測は、記述した時点で入手できた情報に基づいた仮定ないし判断であり、諸条件の変化によって、将来の事業活動の結果や事象が予測とは異なったものとなる可能性があります。読者の皆様には、以上をご了解いただきますようお願いいたします。

編集方針

CSRレポート2006の編集にあたって

私たちファーストリテイリンググループは、このたび、初めてのCSRレポートを作成しました。作成にあたっては、グループの事業に伴う社会的責任を明確にするとともに、多様なステークホルダー(利害関係者)の関心・懸念事項に真摯に responding していくために、以下の方針のもと情報を開示しています。

<CSRレポート情報開示方針>

- ・アパレル小売企業グループとして、事業に関係の深い項目を開示します。
- ・当社グループを取り巻く幅広いステークホルダーに向けて、偏りなく情報を開示します。
- ・取り組みが進んでいる項目だけでなく、今後の課題や、取り組みが不十分な項目についても積極的に開示します。
- ・最新のデータや補足データに関しては、随時webサイト上で公開していきます。<http://www.fastretailing.com/jp/csr>

この方針に沿って、本報告書では、CSRの基本的な考え方をはじめ、これまで開示していなかった情報や今後の課題を含めて、個々のステークホルダーに対する具体的な活動内容を、可能な限り記述するよう努めました。

取り組みが不足している項目や情報不足もありますが、本報告書の発行を機に、今後、多くのステークホルダーの皆様との対話を深めていきたいと考えています。

●報告対象組織

持株会社である「株式会社ファーストリテイリング」、日本でユニクロ事業を運営する「株式会社ユニクロ」の活動報告を基本に、一部の報告では他のグループ会社についても取り上げています。

●報告対象期間

2006年度(2005年9月1日から2006年8月31日まで)の活動報告を基本に、一部過去の経緯や発行時点までに行った活動、将来の見通し、活動予定などについて記載しています。

●参考にしたガイドライン

GRIサステナビリティリポーティングガイドライン2002

「社会にとって何が良いことか」を考える。



もうひとつの決算書

このCSRレポートは、ファーストリテイリンググループにとって、「もうひとつの決算書」であると私は考えています。

これまで、日本国内という限られた地域で「ユニクロ」という単一ブランドを中心に事業展開をしてきた株式会社ファーストリテイリングは今、次のステージに向かいつつあります。

国内で製造小売業を展開してきたノウハウを、本格的に海外にも出していく。また同時に、ユニクロ事業だけではなく、さまざまな新しい関連事業にも積極的に挑戦していきます。そして、2010年にはグループ売上高1兆円、経常利益1,500億円を達成することをめざしています。

こうした経営を実現していく上で、過去の事業領域においては、日本のローカルルールも通用したかもしれません。一つの業界内であれば、「業界の掟」のようなものもあったと思います。しかし、日本社会は大きく変わりました。ましてやグローバルな市場で身内の発想が通用しないことは明らかです。これからは、自社の事業活動が世界各国・各地域の多様なステークホルダーに与える影響の大きさを充分に認識し、それにふさわしい責任を果たしていくことが必要です。

自分たちは何者で、過去に何をきて、これから何をしようとしているのか。そして、そのなかで私たちはステークホルダーとどのような関係を築き、築いていこうとしているのかを表明しなくてはなりません。こうした説明や情報開示がなければ、グローバルな市場で受け入れてもらえないと考えています。

これまでも事業の「財務的側面」、毎期の決算は、貸借対照表や損益計算書を通じて発表してきました。それは企業として当然のことです。今回のレポートは、それに加えてファーストリテイリンググループの「社会的側面」はどうか、私たちが「企業の社会的な責任（CSR）」についてどう考えているのかを明らかにしようと試みたものです。「もうひとつの決算書」というのはそのような意味です。

会社より社会のほうが大切

情報開示の目的は、私たちが「社会に害をなさない存在」であることを明らかにすることです。当然のことですが、会社よ

り社会のほうが大切です。ファーストリテイリンググループの人間は、会社人であるより前に社会人でなければならない。企業の社会的責任とは、そういう価値観を示し、行動に表していくことだと考えています。

そのためには、ファーストリテイリンググループの常識や事業活動が社会の常識とギャップがないこと、同様の基準で運用されていることを広く社会に説明することが必要です。ファーストリテイリンググループは、あくまで社会規範に則って——世界各国・各地域の法令や多様な価値観を踏まえながら、あるべき経営を模索していきます。そして、常に謙虚な姿勢で、社会の常識とズレている部分はないか、自らを顧みる姿勢をもち続けていきたいと考えています。独りよがりになっては、グローバルな社会に受け入れてもらうことはできません。「もし間違っていたら指摘してください」。そういう姿勢で私たちはこのレポートを発行します。

本来のCSRを追求する

「社会に害をなさない存在」であることを明らかにするためには、法令や多様な価値観を踏まえるとともに、多様なステークホルダーに対する個別具体的な取り組み状況を明らかにすることも必要です。CSRというと、金銭的な寄付やボランティア活動などの、いわゆる社会“貢献”活動に注目が集まりがちですが、企業とは本来、事業で付加価値を生み出し、獲得した利益から税金を納めることで社会に“責任”を果たしていく存在です。また、その利益を株主やお取引先、自社の従業員に適切に分配していくことも重要な社会的責任です。

こうした観点から、私たちは、寄付やボランティアなどの社会貢献活動を積極的に推進していくと同時に、店舗でお客様に気持ちよくお買い物をしていただき、商品自体にも満足して、またご来店していただける。商品をつくった工場も収益が上がって成長し、生産・流通に携わる人たちもハッピーになる——。CSRを通じて、個々のステークホルダーへの責任を果たすとともに、私たちの事業が社会にどれだけプラスになっているか、事業に関わるすべての人々が幸福を実感できているか、という点を追求していきたいと考えています。

法令や多様な価値観に則った事業活動と、ステークホルダーへの配慮と満足度追求。そういう両面があってこそ、初めてCSRが成り立つのだと考えます。

何が社会にとって良いことか

以上に述べたような認識をもって、私たちファーストリテイリンググループは、今後、CSR経営を着実に推進していきたいと考えています。とはいえ、世界の先進的な企業に比べれば、その歩みはまだ未熟です。従って、日々の企業経営におけるさまざまな選択肢において判断に迷った際は、「何が社会にとって良いことか」をまず考えてから判断する。私たちがステートメントに掲げているファーストリテイリングの社会的使命に照らして、どの方向に進むべきかを考える。時にはその判断が会社の短期的な利益に相反することもあるでしょう。その時に判断が揺らぐことがないように、具体的な判断基準を今後、着実に積み上げていかねばなりません。

人間は生きていく上で、誰もが「社会に貢献したい」「尊敬されたい」という意志をもってしています。こうした意志を、事業活動を通じて実現していくためには、日々の業務のすべてにおいて、揺るぎない判断基準をもつことが必要です。

言い方を変えれば、事業活動の裏には必ずCSRの視点があると考えるべきです。何かあったらまずそこに立ち返って考える。決算の数字をよくすることだけを念頭に仕事をしていたら、結果的には却って会社に害をもたらす可能性が高いということです。

大切なのは、経営者がまず毅然として旗を立てることです。過去にやってきたことをきちんと決算し、これから行くべき道を拓き、こういう会社になりますと明確に宣言する。それが今回初めてファーストリテイリンググループとして発行するこの「CSRレポート2006」の意味であり、役割です。

2006年11月
株式会社ファーストリテイリング
代表取締役会長兼社長
柳井 正

「ファーストリテイリング＝ユニクロ」から、
「ユニクロを中核に新しいファッションの世界を広げていく
ファーストリテイリンググループ」へ。

(株)ファーストリテイリングは、1963年5月に設立されました。1984年には、カジュアルウェアの店「ユニクロ」を出店。1998年には、初の都心型店舗となるユニクロ原宿店を出店し、東京、大阪などの都心部でも広く知られるようになりました。また、2005年11月には持株会社体制へ移行。事業会社の(株)ユニクロは、日本全国で720店舗を展開する国内最大の製造小売企業へと成長しています。

2006年8月31日現在、ファーストリテイリンググループは、(株)ファーストリテイリング、連結子会社19社、非連結子会社3社、持分法適用関連会社1社、持分法非適用関連会社1社および関連当事者1社により構成されており、2010年にグループ売上高1兆円のアパレル小売企業グループになることをめざしています。

会社概要※(2006年8月31日現在)

商号 株式会社ファーストリテイリング
 設立 1963年5月1日
 本社 〒754-0894 山口県山口市佐山 717-1
 東京本部 〒102-0073 東京都千代田区九段北 1-13-12 北の丸スクエア
 資本金 102億7,395万円
 事業内容 株式又は持分の所有によるグループ全体の事業活動の支配・管理等
 連結売上高 4,488億円
 連結従業員数 3,990名
 決算期 毎年8月末日

取締役・監査役(2006年11月末日現在)

代表取締役会長兼社長 柳井 正
 取締役 堂前 宣夫
 取締役 松下 正
 取締役(社外) 半林 亨
 取締役(社外) 服部 暢達
 常勤監査役 田中 明
 監査役(社外) 安本 隆晴
 監査役(社外) 清水 紀彦
 監査役(社外) 渡邊 顯
 監査役(社外) 太田 穰

※会社概要
 グループ企業各社の会社概要はアニュアルレポートおよび(株)ファーストリテイリングのWebサイトで公開しています。http://www.fastretailing.com



- 株式会社ユニクロ(日本)
- UNIQLO(U.K.)LTD.(英国)
- 迅銷(江蘇)服飾有限公司(中国)
- UNIQLO USA,Inc(米国)
- FRL Korea Co.,Ltd(韓国)
- UNIQLO HONG KONG,LIMITED(香港)

いつでも、どこでも、だれでも着られる、ファッション性のある高品質なベーシックカジュアルを市場最低価格で継続的に提供するブランド

「UNIQLO」の海外出店地域



主要なブランド、グループ企業 (2006年8月31日現在)

■: 連結対象子会社 ●: 持分法適用関連会社



g.u.

■ 株式会社ジーユー

「もっと自由に着よう」という
メッセージが込められたブランド



ASPESI

■ アスベジ・ジャパン株式会社 (日本)

着る人の内面を引き出す
クラシックかつモダンなミラノスタイルを
提唱するブランド



**COMPTOIR DES
COTONNIERS**

■ ネルソン フィナンス社
(NELSON FINANCES S.A.S.)
■ コントワー・デ・コトニエ ジャパン株式会社

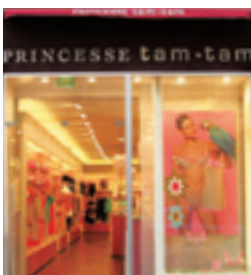
母娘のコンセプトで、心と心の繋がり、
親密で自然な関係を大切にするブランド



FOOT PARK

■ 株式会社ワンゾーン

自由で快適なライフスタイルを
シューズファッションとして提案するブランド



PRINCESSE tam-tam

■ プティヴィクル社 (PETIT VEHICULE S.A.)

1985年に誕生したシックで
クリエイティブなランジェリー、ナイトウェア、
水着のフレンチブランド



ZAZIE

■ 株式会社キャビン (東証一部上場)

トレンドに敏感なヤングミセスへの
トータルスタイリング提案ブランド



theory

● 株式会社リンク・セオリー・ホールディングス
(東証マザーズ上場)

コンテンポラリーなライフスタイルを
持つ人のニーズを実現させたブランド

ファーストリテイリンググループが果たすべき社会的責任とは何か。



取締役
(CSR委員会委員長)
松下 正

CSR活動の推進にあたって

「会社」は、法制度に基づいて株主によってつくられた、営利を目的とする存在です。また同時に、納税や従業員への報酬、お取引先への支払いなど、さまざまなステークホルダーに利益を配分していく仕組みでもあり、そこには自ずから公共性が存在しています。

その一方で、「会社」は固有の事業、独自の価値観を持ってさまざまなステークホルダーと向かい合い、その関心・期待や懸念に応え続けることで社会に受け入れられ、成長していく存在です。

このように、公共性と独自性をあわせ持つ「会社」には、営利の追求だけでなく、CSR（企業の社会的責任）を果たすことも同時に求められています。CSRを一時の流行や社会現象ではなく、経営の根幹に据えて取り組んでいく必要があります。

グループとしての優先課題を設定

こうした認識をもとに、グループ各社の監督・統括機能を担う(株)ファーストリテイリングは、2005年11月、グループ横断型の「CSR委員会」をスタートさせました。そして、SPA※というビジネスモデルを軸とした、アパレル小売を営む企業グループとして、どのようなステークホルダーに、どのような責任を果たし、どのような関係を構築していくべきかというテーマや優先課題を設定しました(p9右上図)。

その基盤となるのは、「世界一のアパレル小売企業グループ」という高い理想と志を貫徹していくための透明性の高いコーポレート・ガバナンスと、事業の公正さ・健全さを維持するコン

プライアンスだと考えています。また、労働集約産業といわれる小売業においては、効率性の追求やサービスの高度化とともに、従業員の働き方や待遇の適切さにおける回答が求められています。

さらには、SPAというビジネスモデルでは、原材料調達から加工・流通・販売などの事業活動が世界へ広がるなかで、品質・安全性の確保はもちろん、お取引先企業のコンプライアンスの状況確認や、商品のライフサイクル全体を見据えた環境活動も実践していく必要があります。

2006年度の取り組み

この視点に立ち、2006年度(2005年9月1日～2006年8月31日)は、事業のグローバル化の進展を踏まえて、2004年9月に制定した「コードオブコンダクト(CoC:行動規範)」の改訂に着手し、改めて企業行動における“基本の確かさ”を確認することとしました(p11)。また、商品リサイクルを、フリースだけではなく全商品に広げるプロジェクトを開始しました(p25)。

このように、ファーストリテイリンググループは、着実にCSR活動を推進していますが、肝心なことは、これらの活動を計画的・組織的に推進し、その結果を適切に評価、改善し続けていくサイクルを文化として根づかせていくことです。

今後の課題

2007年度は、コードオブコンダクトのグループ企業への導入と啓発、お取引工場の環境監査の検討などを主な課題としています。

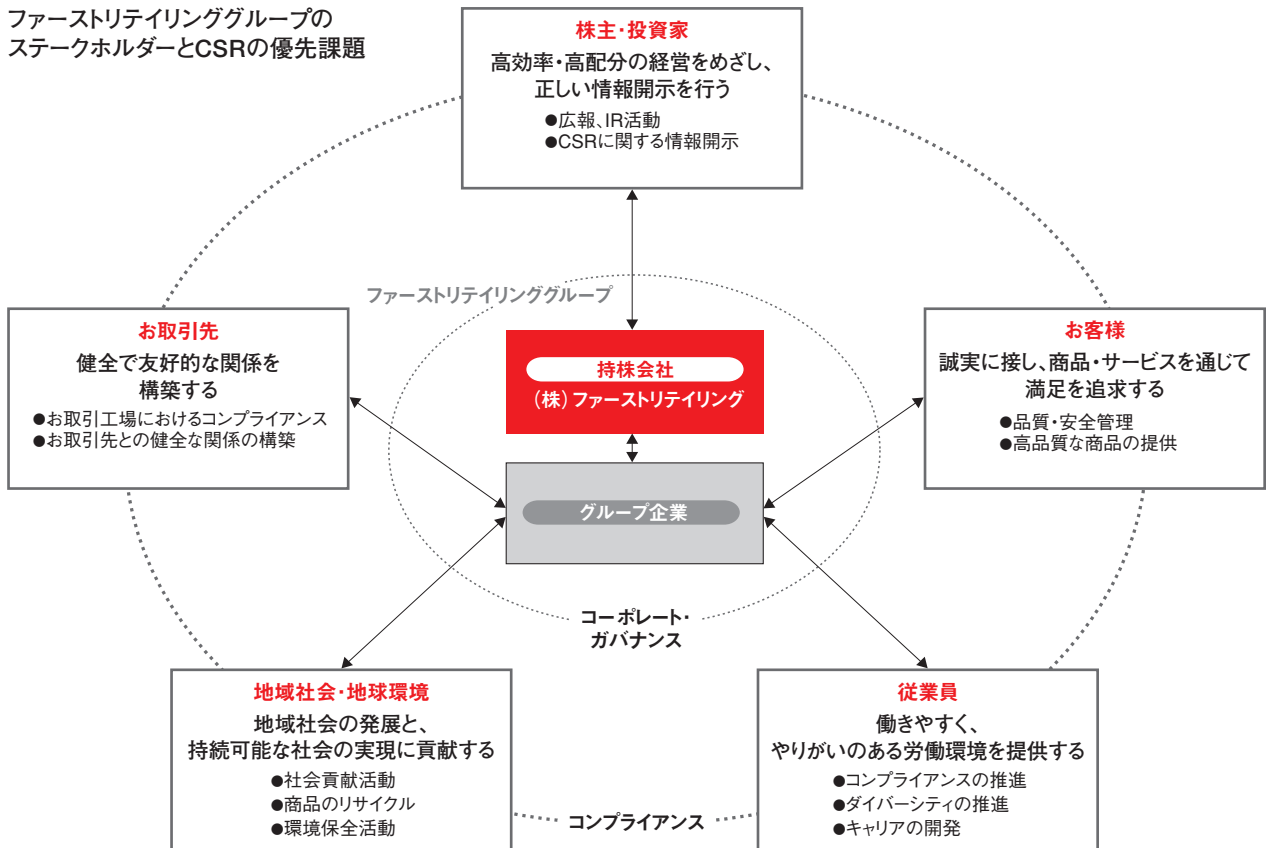
また(株)ファーストリテイリングは、CSRにおいて、グループとしてのマネジメントに着手したばかりであり、現状では、具体的な取り組みは中核事業会社である(株)ユニクロが中心です。

こうした現状を真摯に見据え、ファーストリテイリンググループは、今後、グループとしてのCSR活動の展開と、ステークホルダーの皆様との対話をより活発化し、着実にCSR(社会的責任)を果たしていきたいと考えています。また、本報告書の発行を契機として、今後も継続的な情報開示を進めていきます。

※SPA
素材調達・企画・開発・製造・物流・販売・在庫管理など、製造から販売までのすべての工程を一つの流れとして捉えるビジネスモデル

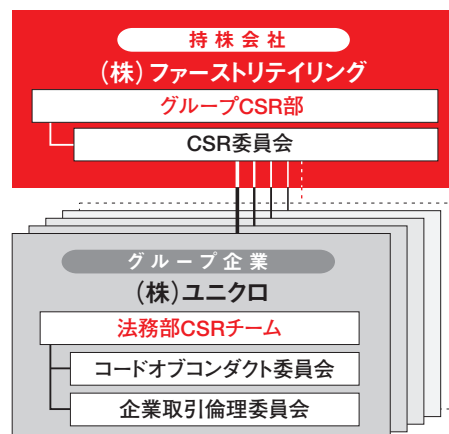
自らのアイデンティティ、ビジョンを見据えて。
 拡大・発展するグループ各社の事業を踏まえて。

ファーストリテイリングは、CSRにおける優先課題を設けて、
 一步一步、着実に、“基本の確かさ”を追求し続けています。



CSR推進体制

ファーストリテイリンググループは、2005年11月に持株会社体制となり、それと同時に、(株)ファーストリテイリング「グループCSR部」が中心となり、グループとしてのCSR活動における重要事項を決定する「CSR委員会(p10)」を開催しています。一方、「コードオブコンダクト委員会(p10)」「企業取引倫理委員会(p10)」は、中核事業会社である(株)ユニクロ「法務部CSRチーム」において、継続的に活動を推進しており、同様の組織体制の構築を他の事業会社においても検討していきます。



“基本の確かさ”——その根幹を成すのが、
コーポレート・ガバナンスの強化です。

【コーポレート・ガバナンス】

(株)ファーストリテイリングは、「2010年グループ売上高1兆円、経常利益1,500億円」の達成に向けて、経営におけるより迅速な意思決定と、その透明性を確保するためのコーポレート・ガバナンスの強化を図っています。

2005年11月1日に持株会社体制に移行した際には、「委任型執行役員制度[※]」を導入し、取締役会による経営の監督機能と、委任型執行役員による業務執行機能を明確に分離しました。また同時に、経営や業務執行の監視・牽制機能の強化を図るために、専門性の高い外部の視点からこれらをチェックする社外取締役や社外監査役を配置しています。

経営会議体としては、取締役会を月1回以上開催し、経営上の重要事項を協議・決定しています。また、週次で経営会議を開催することで、経営戦略や業務計画の実行や見直しを迅速に行う体制を確立しています。さらに、グループ各社の監督・統括機能を果たしていくために、月次ベースで経営成績をはじめとした経営状態を把握し、問題点の早期発見および迅速な解決を図るなど、革新性のあるスピード経営の実践に努めています。

[※]委任型執行役員制度
従業員として退職後、改めて執行役員としての職務を「委任」する制度。職務に対する責任感を強め、専門性とスピード感をもって業務を執行することを目的とする。

【CSR委員会】——(株)ファーストリテイリング

ファーストリテイリンググループ全体のコンプライアンス体制や、社会・環境活動などについて議論を行います。CSR担当役員が議長となり、経営トップ、役員、外部の有識者で構成され、月1回開催しています。

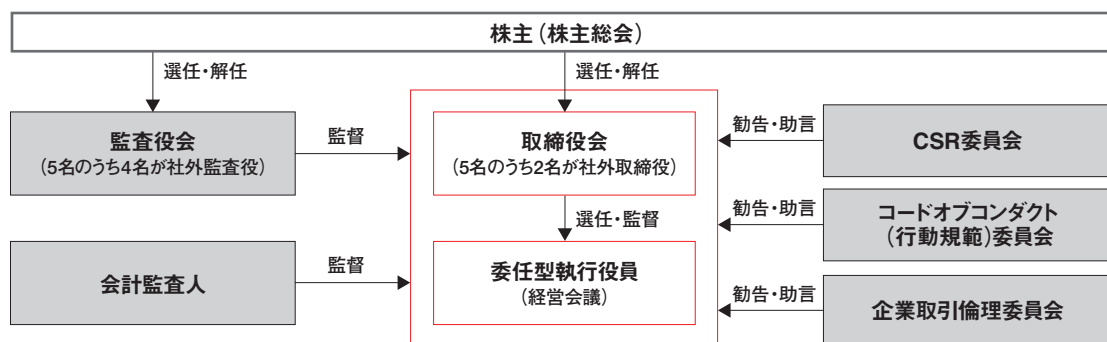
【コードオブコンダクト委員会】——(株)ユニクロ

(株)ユニクロは、月1回、役員や社外委員(弁護士)などで構成される「コードオブコンダクト(CoC:行動規範)委員会」を開催しています。委員会では、CoCの浸透について議論を行うとともに、社内のコンプライアンス上の問題点を吸い上げ、解決を図っています。

【企業取引倫理委員会】——(株)ユニクロ

(株)ユニクロは、国内外のお取引先に不当な圧力をかける行為を未然に防止するために、社外監査役を委員長として、法務部担当役員、社外委員(弁護士)などが参加する「企業取引倫理委員会」を月1回開催しています。委員会では、ユニクロがめざすグローバル企業にふさわしい施策や課題への対応策を議論しています。

コーポレート・ガバナンス体制 (2006年11月末日現在)



ルールをつくり、実行し、検証してさらに改善し続ける。
ファーストリテイリンググループは、仕組みづくりにとどまることなく
グループ従業員一人ひとりの意識と行動を高めていきます。

コンプライアンス

(株)ファーストリテイリングは、コンプライアンスを、CSRを果たしていく上での基礎と位置づけ、法令遵守だけではなく、企業倫理や社会規範に基づいた行動をグループ各社に浸透させるよう努めています。

「コードオブコンダクト」—— ファーストリテイリンググループ

(株)ファーストリテイリングは、2004年9月に、従業員向けの「コードオブコンダクト (CoC:行動規範)」を策定しました。これは、法令遵守にとどまらず、ファーストリテイリンググループ従業員としてとるべき道徳的・倫理的に正しい行動の基準を示したもので、すべての企業行動が対象となります。また、2006年10月には、よりグローバルな事業展開を意識した改訂を行いました。

ファーストリテイリングでは、CoCを、グループ各社に順次導入しており、2006年8月末現在、主要グループ12社のうち6社[※]が導入済みです。

導入済みの各社では、年に1回、従業員全員がCoCの内容を確認し、遵守する旨をサインしています。また、すべての新入社員に対して説明会を実施し、誓約書を回収するなど、社内での確実な浸透を図っています。

2007年度は、すべてのグループ企業に導入する計画です。

[※](株)ファーストリテイリング、(株)ユニクロ、UNIQLO (U.K.) LTD.、迅銷(江蘇)服飾有限公司、(株)ワンゾーン、コントワー・デコトニエジャパン(株)

コードオブコンダクトの内容

- お客様への商品・サービス等の提供について
お客様の安全確保、お客様情報の取扱いなど
- ファーストリテイリンググループ社員のあり方について
セクシュアルハラスメント・パワーハラスメントの禁止など
- お取引先との関係について
お取引先に対して、不当な圧力をかけることの禁止など
- 株主・投資家との関係について
インサイダー取引の禁止など
- 地域社会との関係について
地域慣習の理解と法令遵守、社会への貢献など
- 地球環境について
環境負荷の低減など
- 会社財産について
会社財産の毀損・盗難の防止、知的財産の保護など
- 情報管理について
個人情報の漏洩の禁止など

ホットライン(通報・相談窓口)の設置 —— (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、仕事に関する悩みやCoCに違反するおそれのある事業活動があった場合、匿名で相談できる社内窓口を設置しています。従業員であれば誰でも利用でき、電話・FAX・電子メール・郵送など、相談の手段を幅広く設けています。通報者の匿名性は厳守し、通報者に不利益が一切ないよう、報復行為を厳重に禁止しています。寄せられた通報・相談に関しては、必要に応じてコードオブコンダクト委員会で対応策を決定し、公正かつ迅速な解決をめざしています。

個人情報の保護 —— (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、「個人情報保護法」が施行される以前から社内横断的なプロジェクトを通じて、個人情報の取り扱いにおける課題の洗い出しと具体策の策定を行ってきました。

これらの活動を背景に、2005年7月に「個人情報取扱ガイドライン」を策定、運用しています。

主な施策としては、お客様に関する重要な個人情報を扱う部署での指紋認証などによる入室制限、個人情報データベースへのアクセス制限などがあります。また、CoCに関する教育研修のなかで、個人情報保護の重要性を説明するなど社内啓発に努めるほか、自社のWebサイトでプライバシーポリシーを明示しています。



コードオブコンダクトの説明会

いつでも、どこでも、誰にでも安心して着ていただける服をつくるために。
お客様の声にスピーディに応える、高感度な企業グループであるために。

■お客様との対話

ファーストリテイリンググループの店舗では、毎日多数のお客様からご意見やご質問を頂戴しています。これら貴重な声を、商品開発や接客サービス、売り場づくりや店舗開発などの改善につなげていこう、グループ各社では積極的にお客様とのコミュニケーションを図っています。

お客様窓口の設置 ————— (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、自社のWebサイトに「お客様窓口」のコーナーを設け、電話や電子メールでいただく多くのお客様の声を経営や日々の事業活動に反映しています。

全国のお客様からいただいたご意見やご質問、クレームなどは、専任部署である「CS※推進部」がとりまとめ、個人情報に配慮しながら内容を担当部署間で共有していくとともに、迅速で的確な回答を心がけています。

※CS
カスタマーサティスファクション（顧客満足）

「お客様の声」を活かした改善事例

●ベビーカートの設置

「ベビー服を取り扱っている店舗にベビーカートが設置されていない。ぜひ置いて欲しい」というご要望を受けて、ユニクロ店舗ではベビーカートの設置を進めています。2006年8月末現在、ベビー服取り扱い店舗(378店)中、設置可能なスペースのある145店舗にベビーカートを導入しています。

■品質・安全管理

お客様や周囲の方々の身体に触れる「服」は、素材選びから加工、流通段階まで、高い安全性と品質が求められます。

ファーストリテイリングのグループ各社では、それぞれの商品特性に応じた品質管理体制の構築を推進しているほか、適正なサイズ表示や素材表示など、お客様に安心してご購入いただけるよう、一つひとつ施策を積み重ねています。

商品の品質・安全管理体制 ————— (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、商品の安全性・品質を、企画・生産・流通・販売の各段階で厳しくチェックする体制を構築しています。

具体的には、工場での検品の徹底や、第三者機関によるサンプル段階での検査・出荷前の監査に加え、匠(p14)による指導や生産地の現地事務所担当者による工場訪問・チェックを行うことにより、品質の維持・向上を図っています。

また、万が一、不具合が発見された場合は、関係各部署が連携して状況を把握し、商品の回収や代金の返金、Webサイトやマスコミを通じた情報開示を行うなど、迅速・適切に対応するよう努めています。

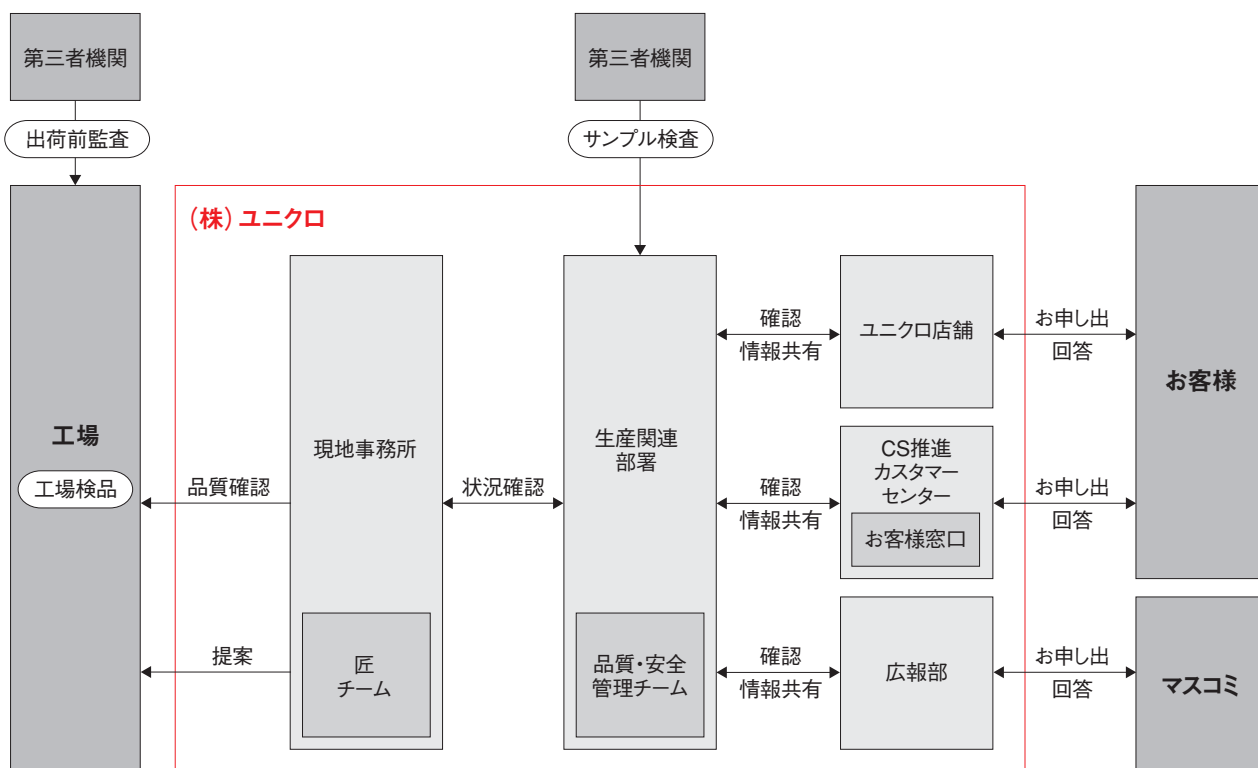
2006年度は、2つの商品で回収を行いました。(株)ユニクロはこの件を重く受け止め、社内の「品質・安全管理チーム※」を中心に再発防止に取り組むとともに、さらなる品質・安全性向上を図ることで、お客様からの信頼回復に努めていきます。

※品質・安全管理チーム
商品の品質・安全に関する迅速な情報収集・情報交換と方針の決定を目的とする専任チーム。お客様からの品質に関するお申し出や店舗からの情報を受け、社内での情報共有や対策立案、お客様への回答などを行う。



原料・素材選びから生産、流通段階まで、ファーストリテイリンググループは、あらゆるプロセスで高い安全性と品質を追求しています。

(株)ユニクロの品質・安全管理体制



商品回収について

●ベビーカットパンツ

2006年6月、ベビー用商品「BIストレッチカットパンツ」のうち、カモフラ柄の商品（80・90・100センチの3サイズ、販売数量1万5千点）において、厚生省令第4条で定められた基準を超えた遊離ホルムアルデヒド（ホルマリン）が検出されたことが判明しました。原因は、対象商品の製造過程において、プリント加工剤の一部に、本来使用されないはずのホルマリンが混入していたことです。

今後は、プリント加工前にホルマリン検出検査を実施するほか、加工後と店舗出荷前に公的機関による検出検査を実施し、危険物質の管理体制をいっそう強化していきます。

●ボーイズ水着

2005年9月、男児用水泳パンツ「ボーイズ・パネル・スイムショーツ」（販売数量5万点）のパンツ内側にあるメッシュ・サポーターのメッシュ穴が、身体の皮膚の一部をはさむなどして傷つけるおそれのあることが判明しました。原因は、外気温と水温の差、海水の影響などいくつかの条件が重なるとまれにこのような事例が発生するものと考えられます。今後は、メッシュ部分の素材改良、および製品段階での検査などを強化し、再発防止に努めていきます。

そして、お客様にさらに高い満足を提供できるよう継続的に努力しています。

■お客様満足度の向上

「いつでも、どこでも、だれでも着られる高品質なベーシックカジュアル」を提供する(株)ユニクロは、「いつでも、どこでも、だれにでも満足いただける商品・店舗・サービス」をめざしています。そのためにユニクロでは、より高い品質をめざす「匠プロジェクト」の実施や、「販売専門職制度」の新設、CSキャンペーンの実施やバリアフリー店舗の導入など、お客様により高い満足をご提供するための活動を行っています。

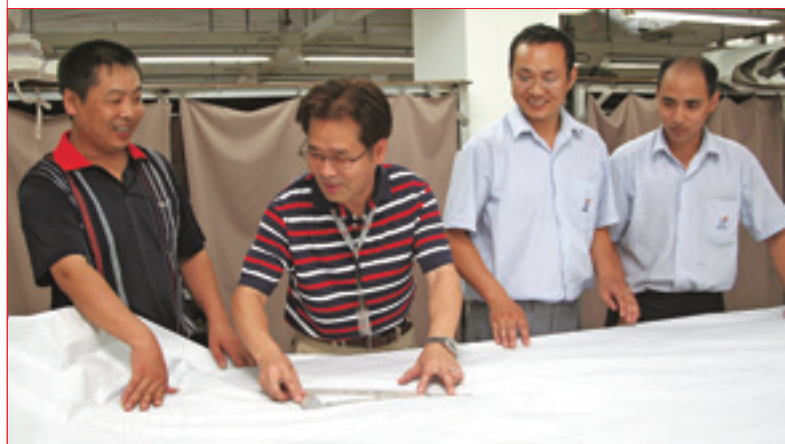
「匠プロジェクト」——— (株)ユニクロ

(株)ユニクロには、紡績・染色・編みたて・縫製・工場管理など、伝統ある日本の繊維産業で30年以上の経験をもつ「匠」と呼ばれる服づくりのプロフェッショナルが在籍しています。そうした匠たちが、中国のパートナー工場を訪ね、経験に裏づけられた技術とノウハウを伝授するのが「匠プロジェクト」です。現在20名の匠が上海事務所に常駐し、指導にあたっています。

「販売専門職制度」——— (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、店舗におけるサービスをいっそう強化するために、フロアのご案内や商品説明だけでなく、コーディネート提案から店舗周辺のご案内まで、お客様に気持ち良くお買い物をしていただくことを目的とした接客・対面販売の専門職種「サービスアテンダント」を設け、2005年10月にオープンしたユニクロ銀座店から配置を開始しました。

配属に際しては、幅広い技能や知識を身につけるために、商品コーディネートやお客様サービスの専門家による研修を行っています。今後は、販売専門職のスタッフを増員し、お客様へのサービス強化を全国規模で図っていく計画です。



「ベストCS (顧客満足) キャンペーン」—— (株)ユニクロ

(株)ユニクロの店舗では、定期的に店舗スタッフを対象とした「ベストCS (顧客満足) キャンペーン」を実施しています。お客様からいただくアンケートはがきや、電話・電子メールなどを通じたお褒めの言葉をポイントに換算し、キャンペーン期間中に高得点をあげたスタッフや店舗を表彰するとともに、ベストプラクティスとなる具体的な活動内容を全社で共有。さらなるCS (顧客満足) の向上につなげています。

人に優しい店舗づくり—— (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、全店舗に補助犬ステッカーを掲出し、補助犬をお連れのお客様に配慮するとともに、全国盲導犬施設連合会発行の「盲導犬ハンドブック」の配布やユニバーサルサービスに関する研修を行うなどの従業員教育を実施しています。

また、体の不自由な方やお年寄りのために、スロープの設置やトイレの整備、店内通路の拡幅など、店舗のバリアフリー化に取り組んでいます。

今後も店舗の形態や立地条件、契約条件などを踏まえながら、できることから人に優しい店舗づくりを進めていく計画です。



補助犬ステッカーと盲導犬ハンドブック



お客様に高い満足を提供するために。
そして、常に安心して服を着ていただくために。

生産パートナーのコンプライアンス強化

「いつでも、どこでも、だれでも着られる高品質なベーシックカジュアルを継続的に提供する」。このミッションを実現するために、ファーストリテイリンググループの中核事業会社である(株)ユニクロは、中国を中心とする海外の約70工場を生産パートナーとし、一体となって生産効率の向上や品質向上を追求しています。こうした行為が、生産パートナーの工場で商品の生産に関わる人々の人権や労働条件を犠牲にするものであってはなりません。私たちは、この考え方に従い、「生産パートナー向けのコードオブコンダクト(行動規範:CoC)」を制定し、遵守を求めるとともに、生産パートナーの工場における従業員の労働環境などを継続的にモニタリングしています。モニタリングの結果、問題点が発見された場合は真剣にこれを受け止め、パートナー工場とともに課題の解決に向けて努力を続けています。

「生産パートナー向けのコードオブコンダクト」の制定・運用

(株)ユニクロ

2004年1月、(株)ユニクロは、「生産パートナー向けのコードオブコンダクト」を制定し、ユニクロブランドの商品を生産する主要縫製工場におけるコンプライアンスの強化に取り組み始めました。

CoCは、国際労働機関(ILO)の条約・勧告などを参考に、主に労働環境に関して11の項目を定めています。

運用に関しては、CoCの遵守を誓約するサインをした工場をパートナー工場とし、外部機関に年2回の定例モニタリングを依頼。第三者の中立的な立場から遵守状況をチェックしています。また、(株)ユニクロはモニタリング結果を4段階で評価し、改善が必要なパートナー工場に対しては、ユニクロの担当者が訪問し改善指導するなど、問題解決を図っています。

なお、外部機関の選択にあたっては、監査法人系モニタリング機関※1や品質・環境・労働安全衛生分野の審査・登録機関※2を採用するなど、専門性と中立性を重視しています。

※1 監査法人系モニタリング機関
(株)みずすサステナビリティ研究所(米国監査法人PricewaterhouseCoopersのネットワークファーム)

※2 審査・登録機関
SGSグループ

生産パートナー向けのコードオブコンダクト

- 児童労働**※3
 - ・児童による労働の禁止
 - ・労働者の年齢の証明確保
- 強制労働**※4
 - ・強制労働(強制、拘置、拘束など)の禁止
 - ・労働開始時の重要書類・金銭の預け入れの禁止
- 抑圧およびハラスメント**
 - ・体罰、肉体的・性的・精神的・口頭によるハラスメントの禁止
- 差別**
 - ・人種、性別、肌の色、国籍、宗教、年齢などによる差別の禁止
- 労働安全衛生**
 - ・健康的で安全な環境の提供
- 組合結成の自由**
 - ・組合結成と団体交渉の権利の尊重
- 賃金と諸手当**
 - ・賃金と諸手当に関する国・地域の関連法規の遵守
- 労働時間**
 - ・国・地域の関連法規に従った適正な労働時間の維持
- 環境保全**
 - ・国・地域の関連法規の遵守
- 文書とコミュニケーション**
 - ・この行動規範を満たす社内規定の作成
- モニタリングの受け入れとCoCの遵守**
 - ・この行動規範の遵守状況を確認するための必要書類の提出・モニタリング受け入れ

※3 児童労働

最低就労年齢より低い年齢の従業員による労働のことで、(株)ユニクロでは、生産国・地域の法律や条例が定める最低就労年齢と、「生産パートナー向けのコードオブコンダクト」に定める最低就労年齢(満15歳)を比較し、高い方を最低就労年齢とみなす。

※4 強制労働

トイレ・水を飲むための休憩が許可制となっていたり、健康診断費等の名目で預り金の制度があるケースなど、強制労働の可能性のある事象を含む。



**(株)ユニクロは、「生産パートナー向けの
コードオブコンダクト」に基づき、定期的なモニタリングを実施。
生産パートナーと一体となって生産地域でのCSRを追求しています。**

**「生産パートナー向けのコードオブコンダクト」の
運用手順、評価基準**

各パートナー工場のモニタリング結果については、(株)ユニクロの基準に基づいて「A」「B」「C」「D」の4段階評価を実施しています。

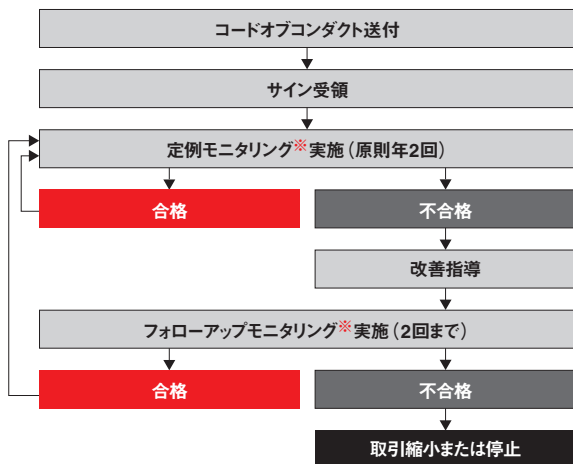
評価は、「児童労働の禁止」「強制労働の禁止」を最も重視しており、これが遵守されない場合は最も低い「D」評価となり、最優先で改善を依頼。確実に改善されたことを確認しています。

また、労働契約・人事関連ファイル・労働時間の記録など、モニタリングのために不可欠な書類の不備は「C」評価としています。

「D」または「C」評価を受けた工場に対しては、ユニクロの担当者が訪問・アドバイスを行うなど改善を図り、その後、フォローアップモニタリングを実施します。ここでも「D」「C」評価の場合は、再度フォローアップモニタリングを実施し、改善が見られない場合は、取引縮小や停止の対象となります。

この評価基準は、まず早急に是正が必要な事項を優先課題としています。評価基準についても、今後の取り組みとともにレベルアップを図る予定です。

運用手順



※モニタリング
モニタリングはサンプリング方式によって行われます。

評価基準

評価	該当項目	対応方針
A	<ul style="list-style-type: none"> ●環境保全 ●寮の安全・衛生 ●文書とコミュニケーション 	努力目標水準 1年以内に改善計画書を策定
B	<ul style="list-style-type: none"> ●抑圧およびハラスメント ●差別 ●労働安全衛生 ●組合結成の自由 ●賃金と諸手当 ●労働時間 	要改善水準 3カ月以内に改善計画書を策定
C	<ul style="list-style-type: none"> ●モニタリングの受け入れとCoC遵守 ●重要な書類(労働契約、労働時間の記録など)の不備 	必達水準 3カ月以内の改善を目標とし、フォローアップモニタリングで改善できない場合、取引縮小・取引停止の対象となる
D	<ul style="list-style-type: none"> ●児童労働 ●強制労働 	取引停止レベル 1カ月以内の改善を目標とし、フォローアップモニタリングで改善できない場合、取引縮小・取引停止の対象となる

2006年度の実施状況

2006年度(2005年9月1日から2006年8月31日)は、中国および東南アジアのパートナー工場計59工場に対して定例モニタリングを行いました。また、1回目のフォローアップモニタリングで「C」評価を受けていた8工場に対して2回目のフォローアップモニタリングを行い、すべての工場で改善されたことを確認しました。なお、2006年度中に「D」評価で2回目のフォローアップ対象になった工場はありません。

工場評価結果の推移と今後の課題

これまでの工場評価結果は下表の通りです。児童労働については、身分証確認による採用時の年齢チェックなど、採用の仕組みづくりとその徹底を求め、改善を確認しています。また、強制労働に該当する可能性がある制度は、検出される都度、廃止するよう要請し、改善を確認しています。

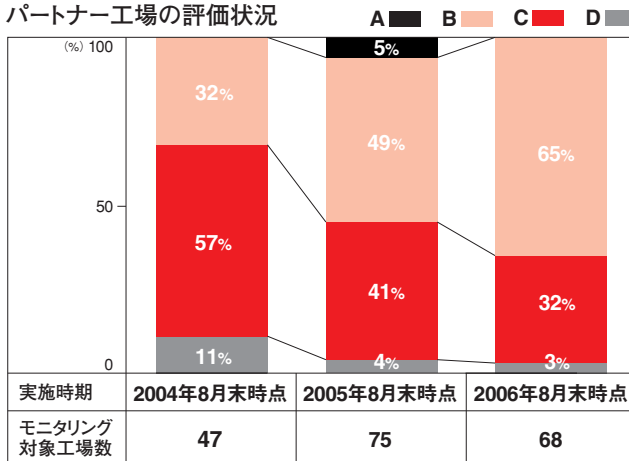
「C」評価の項目においては、労働契約の締結や年齢などを証明する書類の整備、労働時間の正確な把握といった個々の状況を確認し、不備があった際には改善を要請、確認しています。

「D」「C」評価のパートナー工場はこの2年間、着実に減少し

ており、その内容も深刻度が軽減していることから、取り組みの成果が表れているといえます。しかし、適切な労働時間・賃金については、より厳格にチェックし、具体的な改善方法を検討していく必要があるため、今後、これらの活動をより強化していきます。また、労働環境に関する項目だけでなく、環境対策に関するチェックもいっそう注力していく考えです。

さらに、現在対象としている主要縫製工場以外の工場やユニクロブランド以外の商品を生産しているパートナー工場でも、CoCを適用していく方針です。

パートナー工場の評価状況



※数字はCoC締結済みの工場の年度末時点での評価結果を各評価（「A」「B」「C」「D」）ごとに集計したものです。

「D」評価の改善事例

- 中国のあるパートナー工場において、従業員のなかから無作為抽出した25名中、CoCへのサイン後に15歳で雇用された従業員が1名発見されました（モニタリング時は16歳。中国の最低就労年齢は満16歳）。雇用された従業員は派遣会社の所属であったため、パートナー工場は派遣会社との契約を止め、すべての従業員を直接契約とするともに、人事データの管理と年齢のチェックを行うこととしました。
- 中国のあるパートナー工場において、トイレや水を飲むための休憩が許可制とされていました。強制労働につながるおそれがあることから、許可制の廃止を求め、その後改善されたことを確認しました。



生産パートナーをモニタリングする前に
もちろん、自らを厳しく律し、より良いパートナーシップ構築のための
アクションを開始しています。

「より良いパートナーシップのために」

パートナー工場のコンプライアンス強化などの取り組みを進めているファーストリテイリンググループは、その前提として、自らの行動を厳格に律し、対等なパートナーシップに基づく信頼関係を構築していかなければならないと考えています。とりわけ、国内だけで720の店舗をもつユニクロ事業においては、独占禁止法の「優越的地位の濫用行為[※]」を徹底的に防止・排除するという決意と仕組みが必要です。

こうした認識に基づき、(株)ユニクロは、「優越的地位の濫用行為防止ガイドライン」の制定や、「企業取引倫理委員会」の開催など、さまざまな施策を推進しています。

[※]優越的地位の濫用行為
取引上の地位が優越していることを利用して、相手方を抑圧し、対等な関係ではあり得ない、一方的に不利益な取引条件を強要するなどの行為。

ガイドラインの制定 (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、2004年に「企業取引倫理委員会」を設置(p10)するとともに、事業の拡大やグローバル化に伴うお取引先の増加を踏まえて、「優越的地位の濫用行為防止ガイドライン」を制定。企業間の取引に関する規定をつくるとともにその教育・浸透を通じて社内意識・企業風土の醸成を図っています。

優越的地位の濫用行為防止ガイドライン

目的: 企業間取引において、グローバル企業をめざす(株)ユニクロの従業員としてふさわしくない行動を防止するため

内容: 企業間取引における禁止行為および必要な社内手続きを規定

●項目例

- ・ 一方的な契約内容の変更・修正
- ・ 一方的な取引の縮小および停止
- ・ 不当な損害賠償請求
- ・ 接待・中元・歳暮などの要求など

「お取引先アンケート」の実施 (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、CoCに照らして役員・従業員の行動に問題がなかったかどうかを確認するため、お取引先に対して定期的なアンケートを実施しています。

アンケートの内容は、「一方的な発注変更がなかったか」「接待の強要がなかったか」など、実際の業務シーンを想定した具体的なものとしています。

アンケートの結果は、「企業取引倫理委員会」で審議し、必要に応じてより詳細な調査や処置を行います。

2006年度は、年間で一定額以上のお取引がある国内のお取引先266社に対してアンケートを実施し、212社から回答を得ました(回収率79.7%)。また、海外のお取引工場69社に対してもアンケートを配布し、53社から回答を得ました(回収率76.8%)。



お客様やお取引先に対してフェアな会社は 仲間たちとの関係もフェアであるべき、とファーストリテイリングは考えます。

ダイバーシティの推進

(株)ファーストリテイリングは、経営理念において、「人種、国籍、年齢、性別等あらゆる差別をなくす経営」と明記し、従業員の採用や配属、評価における差別を排除し、従業員がいきいきと働ける職場をめざしています。また、この目標を実現していくために、女性や障害者を雇用するなど、ダイバーシティ(多様性)を積極的に推進しています。今後は、事業活動のグローバル展開を見据え、外国人の採用・幹部への登用なども実施していく計画です。

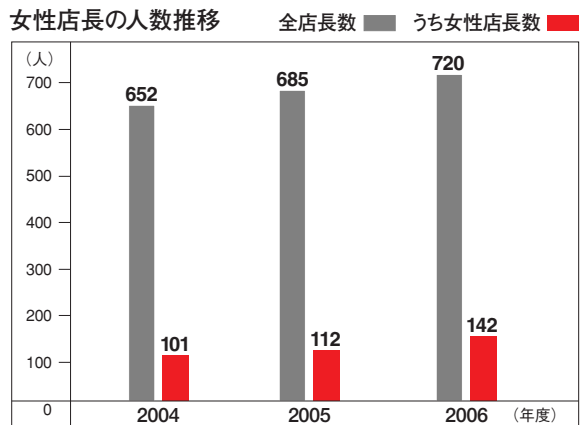


店舗で——

「女性店長プロジェクト」の実施 —— (株)ユニクロ

ユニクロ店舗では、店長の約20%を女性が占めており、事業に不可欠な戦力として活躍しています。そこで(株)ユニクロは、女性店長がより長期的な視野でキャリアを形成していけるよう、結婚後の異動や、勤務時間帯の設定、休日の取得などにおいて、個人の事情や要望に可能な限り応えていくようにしています。また、店長だけでなく、店舗で働く女性社員のキャリア形成をサポートするために、全国各地の店舗で活躍する女性社員を紹介する冊子「style」を毎年4回イントラネットで公開しているほか、女性のキャリアをテーマに、男性上司も参加して討論会・講演会を行う「女性フォーラム」を定期的実施しています。

女性店長の人数推移



※数字は各年8月末時点のものです。

本部で——

ダイバーシティ推進組織の設置 —— (株)ユニクロ

(株)ユニクロ(当時(株)ファーストリテイリング)は、2004年12月に、本部で働く女性従業員が活躍できるよう、女性従業員の仕事に対する意識改革や啓発活動を目的としたキャリア研修や男性上司への研修などを行う「女性キャリア推進室」を設置しました。

この活動を背景として、2006年7月からは、女性だけでなく、障害者や外国人なども含めたダイバーシティを推進していくために、名称を「キャリア開発・ダイバーシティチーム」と変更。今後、実践的な活動内容を計画し、さらなる浸透を図っていきます。

人種、国籍、年齢、性別などの差別を排除し、
多様な能力を結集して、あらゆる人々と働く喜びを分かち合う
職場づくりをめざしています。



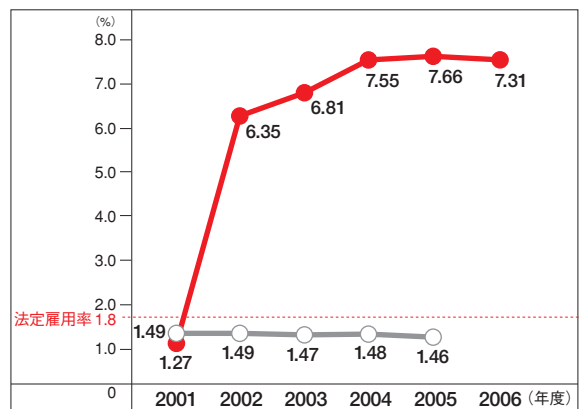
障害者雇用の推進 (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、2001年3月に「1店舗1名を目標に障害者を雇用する」という方針を打ち出して以来、積極的な障害者雇用を推進しています。その結果、2006年3月末時点で、約8割の店舗で「1店舗1名」を達成し、障害者雇用率は法定雇用率1.8%を大きく超える7.3%に達しています。

こうした高い障害者雇用率を維持できているのは、配属先のユニクロ店舗の職場環境にあると考えています。例えば、
①平均30名の職場であり、一人ひとりの顔が見えやすいこと、
②業務のほとんどがマニュアル化され、教育体系や目標達成の手法、管理体制が整備されていること、などです。

ユニクロは、残り2割の店舗での障害者雇用を推進するとともに、店舗スタッフのコミュニケーションの向上を通じて障害者の自立をサポートしていきます。

障害者雇用率の推移 全国民間企業平均 ○ ユニクロ ●



※数字は各年3月末時点のものです。

一人ひとりの努力を公正に評価し、モチベーションを高めていくこと。
安全で、快適な職場をつくっていくこと。

能力開発、評価 (株)ユニクロ

(株)ユニクロでは、各種の支援制度を実施するほか、従業員教育専門の社内組織「ユニクロ大学」を設置するなど、従業員の能力開発に力を注いでいます。ユニクロ大学では、店舗、本部のそれぞれに求められる人材像を踏まえたさまざまな研修を行い、従業員のキャリアアップを支援しています。

店舗で——店長のキャリア支援

(株)ユニクロでは、実力のある店長がさらに高い能力を獲得できるよう、各種のキャリア制度を整えています。

「スーパースター店長制度」は、店員の模範となる優れた店舗運営実績をもつ店長を登用する制度で、店舗の運営を通じて事業全体の課題や問題点を率先して取り上げ、その解決方法やノウハウ、新事業開発のアイデアを全社に提言することをミッションとしています。

「社員フランチャイズ制度」は、従業員が独立して会社を設立し、ユニクロのフランチャイズ店舗を経営することを支援する制度です。経理・財務など経営者としての基本的な知識はもちろん、事業の立ち上げに関するさまざまなノウハウを提供しています。2006年8月末までに、8名のユニクロ店長が独立し、フランチャイズオーナーとして会社を経営しています。

本部で——次代の経営者の養成

「ユニクロ大学」の本部従業員向け研修では、次代の経営者となる人材育成のために、多面的な研修プログラムを実施しています。

2004年には、役員、部長、リーダーなど経営に関する業務を担う人材を対象に、問題解決のための基礎的なビジネススキルを身につける「フレームワーク・ロジックツリー」研修を行いました。また、2006年には社内コミュニケーション促進のため、「上司の意識行動改革プログラム」を実施。上司とその部下を対象に、6カ月のコーチングを行いました。

評価制度

(株)ユニクロは、「完全実力主義」に基づく評価制度を導入しています。

評価は、上司と部下が話し合い、個々人の等級(グレード)に応じた目標設定を行い、四半期・半期の一定期間ごとにその達成度合いを話し合って決定します。上司は、目標の達成だけでなく、業務遂行過程も評価します。こうした個人の評価は、半期ごとの賞与や等級の昇降格へ反映され、上司から各個人にフィードバックされます。



ファーストリテイリンググループのパワーと創造力は、
世界一強い、尊敬される会社にしようという
従業員一人ひとりの意志が支えています。

■安全・快適な職場環境づくり——(株)ユニクロ

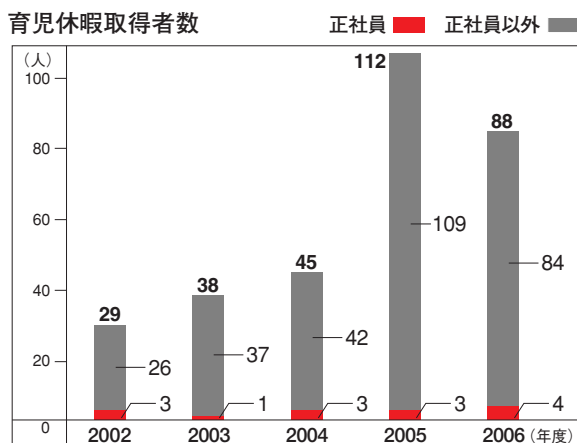
(株)ユニクロでは、本部や国内720の店舗において、正社員や契約社員、アルバイトなど多様な従業員が働いています。これら多様な従業員に安全・快適な職場環境を提供するために、ユニクロでは育児・介護休暇制度やノー残業デーの運用、メンタルヘルスケアに関する情報提供などを行っています。

育児・介護休暇制度

(株)ユニクロは、勤続1年以上の正社員、契約社員、準社員、またアルバイトスタッフも対象とした「育児休暇制度」「介護休暇制度」を運用しています。

育児休暇制度は、産後8週間後から子が1歳になる前日まで取得可能ですが、保育園などへの入園ができないなど、個人の事情に合わせて、子が1歳6カ月になるまで延長することができます。

介護休暇制度は、会社の承認を得た上で、最大93日間取得できます。



ワーク・ライフバランスの推進

(株)ユニクロでは、ワーク・ライフバランスを推進していくという観点から、店舗では月間の勤務時間に基準を設け、長時間労働抑制に取り組んでいます。また、本部では、毎週2回ノー残業デーを設けるなどの取り組みを行っています。

労働安全衛生

ユニクロ店舗では、マシン作業時の事故が最も多く、また、高所や倉庫での商品の搬送作業が労働災害の例となっています。(株)ユニクロは、これら労働災害の発生件数を把握し、事故が発生した際に対策を講じることはもちろん、定期的に従業員に注意喚起を行っています。

健康管理、メンタルヘルスケア

(株)ユニクロは、グループ各社の全従業員に、年1回の健康診断を義務づけています。

また、健康保険加入者を対象に、社外のカウンセラーによるメンタルヘルスケア相談窓口を設けています。



ステークホルダーとのフェアな関係づくりをめざすファーストリテイリングは、「地球環境にもクリーンな会社」でありたいと思います。

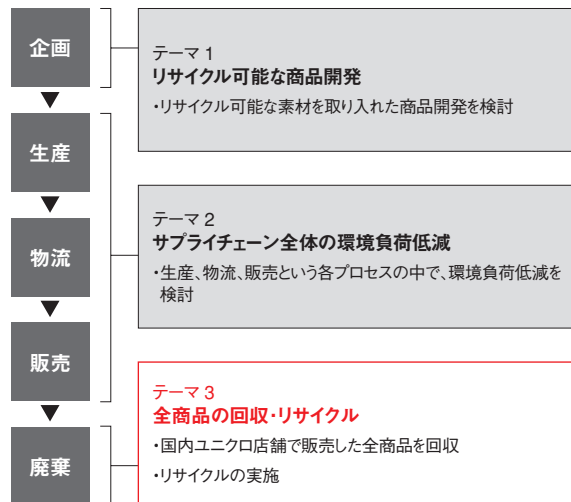
■環境活動の基本的な考え

(株)ファーストリテイリングは、商品の企画から生産、物流、販売、廃棄までの各プロセスで、環境に関する法令を遵守し、事業活動によって発生する環境負荷の継続的な低減をめざしています。

現在、具体的な活動としては、商品のリサイクルが中心となっていますが、今後は、「リサイクル可能な商品開発」「サプライチェーン全体の環境負荷低減」なども視野に入れ、着実に活動を前進させていきます。

また、事業に伴う環境負荷低減を図る一方で、「瀬戸内オーリーブ基金」に支援するなど、独自の取り組みも継続していきます。

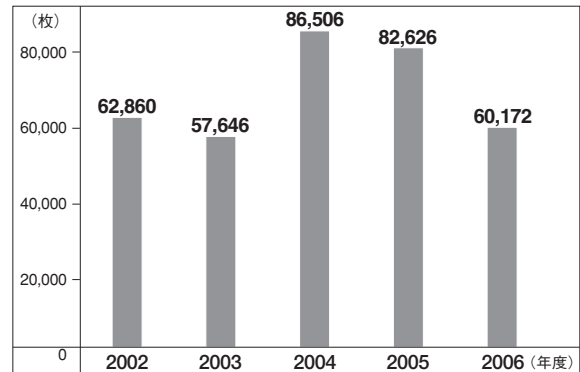
環境活動のテーマ



■商品のリサイクル (株)ユニクロ

SPA企業として商品の企画・生産・物流・販売までを一貫して手がける(株)ユニクロでは、商品のライフサイクルにおける環境負荷の低減を図っていくために、2001年8月から、自社で販売し、その後お客様が着なくなったフリース製品の回収とリサイクルを開始。2006年8月までにリサイクルされた商品は約35万点となりました。

フリースのリサイクル実績



リサイクルされた商品の点数：**349,810点**
(2006年8月末日現在)



カットされたフリース



回収された商品

一つひとつ。できることから、継続的に。
 今後は、全商品のリサイクルから、
 サプライチェーン全体の環境負荷低減をめざします。

■期間限定で全商品リサイクルを実施 — (株)ユニクロ

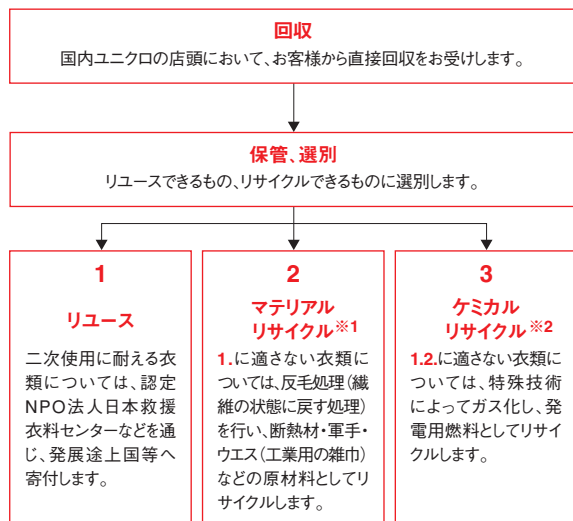
(株)ユニクロは、リサイクルの対象を全商品に広げていくことをめざして、2006年9月1日から30日までの1カ月間、ユニクロで販売した全商品を対象に、回収・リサイクルするプロジェクトを実施しました。

回収後は、状態の良いものを発展途上国への支援として寄付するほか、マテリアルリサイクル、ケミカルリサイクルを行うなど、素材に合わせた環境負荷の少ない処理を行っています。

全商品リサイクルの結果は、随時webサイトで公開しています。
<http://www.fastretailing.com/jp/csr>



リサイクルの流れ



※1マテリアルリサイクル

商品を車の断熱材やウエスなどの原材料として再生利用すること。

※2ケミカルリサイクル

熱や圧力を加えて、元の石油や基礎化学原料に戻してから、発電用燃料などに再生利用すること。

■瀬戸内オリーブ基金 — (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、瀬戸内海の島々や沿岸地域にオリーブをはじめとする樹木を植える「瀬戸内オリーブ基金」の趣旨に賛同し、2001年から継続的に寄付金を通じた支援を行っています。ユニクロ全店に募金箱を設置してお客様からの寄付を募り、その同額を(株)ユニクロが拠出。その合計を寄付するマッチング制度を採用しています。



瀬戸内オリーブ基金とは

産業廃棄物の不法投棄事件のあった瀬戸内海の豊島^{てしま}をはじめ、瀬戸内海の島々や沿岸部に、かつての豊かな自然を再生するための緑化活動で、2000年に中坊公平氏、安藤忠雄氏が呼びかけ人となってスタートしました。オリーブなどの木をはじめ、その土地の植生に合わせた樹木を100万本植えることを目標としています。

支援活動実績

植樹された本数： **44,227本**
 お客様からお預かりした募金金額： **77,974,999円**
 (2006年8月末日までの累計)

瀬戸内オリーブ基金運営事務局
<http://www.olive-foundation.org>

T O P I C S

従業員に対する環境への理解のために ～豊島オリーブ植樹ボランティア実施～

(株)ユニクロの従業員有志が運営するボランティア団体「ユニクロボランティアクラブ」(p28)は、年2回、豊島でオリーブ植樹のボランティア活動を実施しています。

活動には、近郊の香川県や岡山県の店舗スタッフのほか、関東や九州からの参加もあり、2006年8月までにのべ100名の従業員有志が植樹を行いました。また、豊島町の住民の方から、産業廃棄物の不法投棄事件についてご説明いただいています。

この活動は、単なる植樹活動ではなく、環境問題を身近な問題として考えるきっかけとなることから、今後も継続していきます。



一つひとつ。できることから、少しずつ。

それは、従業員参加型の社会貢献活動も同様です。

社会貢献活動の基本的な考え方

ファーストリテイリンググループは、地域に根ざした従業員参加型の社会貢献活動を通じて、企業市民としてお客様に愛され、尊敬される企業でありたいと考えています。私たちにできることは限られていますが、一つひとつ、できることから、少しずつ、これからも積極的に社会貢献活動に取り組んでいきます。

「スペシャルオリンピックス日本」への支援

(株)ユニクロ

(株)ユニクロは、誰もが着られるカジュアルウェアを提供する企業として、誰もがもっと働ける場所になっていきたいという思いから、以前より障害者雇用(p21)を積極的に推進してきました。こうした取り組みを背景に、2002年から、知的発達障害のある方たちにさまざまなスポーツの場を提供している国際スポーツ組織「スペシャルオリンピックス日本」へのオフィシャルパートナーとして、支援を開始しました。

具体的には、各種大会での選手団やボランティアの方たちへのユニフォーム寄贈、従業員のボランティア参加を推進しています。

スペシャルオリンピックスとは

知的発達障害のある方たちが参加する競技会で、オリンピックと同様、4年に1回、世界大会が開催されます。2005年2月には、アジア太平洋地域で初めての冬季世界大会が長野で開催されました。また、2006年11月には、熊本県でナショナルゲームが開催されました。

詳細は、スペシャルオリンピックス日本のwebサイトをご覧ください。
<http://www.son.or.jp>

2006年の支援活動

2006年11月に開催された「夏季ナショナルゲーム大会・熊本」に向けて、ユニフォームを寄贈したほか、従業員が大会ボランティアとして参加しました。また、一部ユニクロ店舗において、休憩室にチャリティ自動販売機を設置し、売上の一部をスペシャルオリンピックス日本の地区組織支援のために寄付しています(チャリティ自動販売機は、2006年8月末現在、約150店舗に設置)。

今後は、スペシャルオリンピックス日本の全国45カ所にある地区組織との交流も積極的に図っていきます。

- 2006年 3月 スポーツ体験キャラバンでボランティア用ユニフォームとしてポロシャツを600枚寄贈(愛知・宮城・徳島・熊本)
- 4月 メモリアルフロアホッケー大会のボランティア用Tシャツを790枚寄贈
- 11月 「夏季ナショナルゲーム大会・熊本」のスタッフ用ユニフォームとしてウインドブレーカーを3,500枚寄贈。大会には、従業員がボランティアとして参加

これまでの主な支援活動

- 2002年 8月 夏季ナショナルゲーム大会・東京のボランティアスタッフ用ユニホームを寄贈。役員・従業員約250名がボランティア参加
- 2003年 6月 夏季世界大会・アイルランドの日本選手団公式ユニフォームを寄贈
- 2004年 1月 冬季ナショナルゲーム大会・長野のボランティアスタッフ用ユニフォームを寄贈
- 2005年 2月 冬季世界大会・長野の日本選手団公式ユニフォーム・ボランティアスタッフ用ユニホームを寄贈。従業員がボランティア参加



■ 緊急災害支援 (株)ユニクロ

(株)ユニクロは、「難民や災害に遭われた人たちにユニクロ商品を提供して欲しい」というお客様のご意見をもとに、2001年から、国内外での自然災害や紛争地域での被災者への緊急支援活動として、NPO・NGOなどと協力して衣料品の寄贈や寄付などを行っています。今後も、人々の要請に応える緊急支援活動として、商品の寄贈や寄付を継続していきます。

緊急災害支援 (写真提供: JEN)



これまでの主な支援活動

- 2001年 2月 インド西部大地震の被災者にフリース10,000着を寄贈
- 2001年12月 NPO法人JENを通じ、アフガニスタン難民にエアテックジャケット12,000着を寄贈
- 2002年11月 大寒波による被害を受けたペルーの被災者に防寒着としてエアテックジャケット30,000着を寄贈
- 2004年 2月 イラン大地震の被災者に10,000着の白無地Tシャツを寄贈
- 2004年 7月 「新潟集中豪雨」の被災者にTシャツ・インナーなど24,000点の緊急衣料支援を実施。従業員が災害救援ボランティアとして参加
- 2004年10月 「新潟中越地震」の被災者にアウター・インナーなど計44,000点の緊急衣料支援を実施
- 2005年 1月 インドネシ・スマトラ沖地震およびそれに伴う津波の被災国に日本赤十字社を通じて2,000万円を寄付
- 2005年10月 NPO法人JENを通じ、パキスタン北部地震の被災者に冬物衣料23,000点を寄贈
- 2006年 7月 ジャワ島中部地震の被災国に、日本赤十字社を通じて2,000万円を寄付

ボランティアクラブ (株)ユニクロ

(株)ユニクロの従業員によるボランティア団体「ユニクロボランティアクラブ」は、地域に根ざした社会貢献活動を実践していくことを目的に、2004年に設立されました。

ユニクロで働く従業員とその家族であればだれでも入会できます。活動は会員の年会費で運営され、その年会費はボランティア活動など人的支援にかかる交通費や参加費などにあてています。

これまでの主な活動

2006年 1月 NPO法人アダプティブワールド

障害者と健常者がともにアウトドアスポーツを楽しむ活動などを推進するNPO法人「アダプティブワールド」の活動に賛同し、ボランティアアスタッフやコーチが着用するウェアを300枚寄贈

2006年 4月 スペシャルオリンピックス日本・東京地区

スペシャルオリンピックス日本・東京地区が主催するチャリティコンサートに参加するとともに商品を寄贈。また、ユニクロ銀座店のスタッフがボーリングプログラムにコーチボランティアとして参加

2006年 5月 ミャンマー孤児院へのキッズ商品寄贈

国際協力NGO「JUNKO Association」を通じて、ミャンマーのヤンゴン市内にある孤児院の子どもたちに衣料品約200枚を寄贈

2006年 5月 キッズゲルニカプロジェクト

巨大なキャンパスに世界各地の子どもたちが平和の絵を制作する「キッズゲルニカプロジェクト」の活動趣旨に賛同し、ボランティアアスタッフ用のユニフォーム寄贈と従業員ボランティア参加

2006年 6月 ユニクロ阿南アピカ店海岸ゴミ拾い運動
地域に根ざしたボランティア活動をしたいというスタッフの声をきっかけに、定期的な海岸ゴミ拾い運動を実施

上:海岸ゴミ拾い運動(阿南アピカ店) 下:キッズゲルニカプロジェクト
(写真提供:©キッズ・ゲルニカ・プロジェクト in shibuya 実行委員会)



編集後記

ファーストリテイリンググループは、2010年に売上高1兆円のアパレル小売企業グループになることをめざしています。それは同時に、世界に通用する真のグローバル企業グループへの挑戦でもあります。この目標を達成するためには、単に売上高を増やすだけでなく、自らの事業活動に伴う社会的責任の範囲や影響力が拡大していくことを十分に自覚し、多種多様なステークホルダーとの対話を通じてさまざまな責任をまっとうしていくことが必要です。

しかしながら、私たちファーストリテイリンググループのCSRの取り組みは始まったばかりであり、まだまだ不足していると考えています。また、個々の取り組みについても、明確な目標値が設定されていない項目が数多くあります。

ファーストリテイリンググループは、初めての「CSRレポート」の発行を機に、これら課題を真摯に見据え、着実に活動を前進させていきたいと考えています。そして、「世界を良い方向に変えていく」というCSRビジョンのもと、「衣服のありかた」を変革し続けるとともに、あらゆるステークホルダーの皆様とのより良い関係を考え続けていきます。読者の皆様の忌憚のないご意見・ご指摘をお待ちしております。



シンボルマークのモチーフは 「旗〜フラッグ〜」

グローバルレベルで既存の枠組みを超え、新しい視点、新しい価値を提示する。そのビジョンを共に追求する人々の求心力として、また、様々な斬新な試みや、先進的で独創的な発想にリスクを恐れず挑戦するという姿勢の象徴として、私たちは「旗〜フラッグ〜」をファーストリテイリングの新しいシンボルマークに掲げました。グループ社員はもちろん、世界中のあらゆる人々に、ファーストリテイリングの意志と精神を明確に伝えたいという想いをこのシンボルマークに込めています。

さまざまな意味を持つ、 コーポレートカラーの 「赤」

コーポレートカラーである赤には、革新、改革、情熱、強さ、自立、先進のイメージに、「ユニクロ」に脈々と流れる挑戦者のDNAを重ねています。また、フラッグを構成する3本の赤いラインは、「服を変え、常識を変え、世界を変えていく」というコーポレートステートメントに呼応しています。

株式会社ファーストリテイリング
www.fastretailing.com